

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO (FAAC)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

RAFAEL DA SILVA

**A COMUNICAÇÃO PARA CONSCIENTIZAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO SOBRE O
DISTANCIAMENTO SOCIAL NA PANDEMIA DE COVID-19:
Uma análise sobre a macrocampanha *Juntos somos mais Fortes* do Ministério da Saúde**

Bauru
2020

RAFAEL DA SILVA

**A COMUNICAÇÃO PARA CONSCIENTIZAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO SOBRE O
DISTANCIAMENTO SOCIAL NA PANDEMIA DE COVID-19:
Uma análise sobre a macrocampanha *Juntos somos mais Fortes* do Ministério da Saúde**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho”, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em comunicação sob a orientação da Profa. Dra. Raquel Cabral.

Bauru
2020

S586c	Silva, Rafael da A comunicação para conscientização e sensibilização para o distanciamento social na pandemia de Covid-19 : uma análise sobre a macrocampanha Juntos somos mais Fortes do Ministério da Saúde / Rafael da Silva. -- Bauru, 2020 105 p. : il., tabs. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru Orientadora: Raquel Cabral 1. Covid-19. 2. Comunicação educativa. 3. Distanciamento Social. I. Título.
-------	--

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

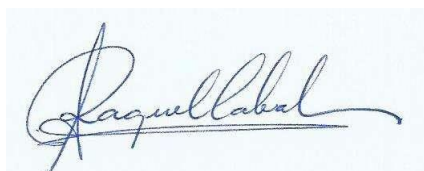
Essa ficha não pode ser modificada.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE RAFAEL DA SILVA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 26 dias do mês de novembro do ano de 2020, às 14:00 horas, no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância e via parecer circunstanciado, realizou-se a defesa de **DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de RAFAEL DA SILVA**, intitulada **A COMUNICAÇÃO PARA EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O DISTANCIAMENTO**

SOCIAL NA PANDEMIA DE COVID-19: Uma análise sobre a macrocampanha Juntos somos mais Fortes do Ministério da Saúde.. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Profa. Dra. RAQUEL CABRAL (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC - UNESP - Bauru/SP, Professora Assistente Doutora ROSEANE ANDRELO (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp - câmpus de Bauru / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora ROSÁRIA HELENA RUIZ NAKASHIMA (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território / Universidade Federal do Tocantins. Após a exposição pelo mestrando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final **APROVADO**. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Profa. Dra. RAQUEL CABRAL



RAFAEL DA SILVA

**A COMUNICAÇÃO PARA CONSCIENTIZAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO SOBRE O
DISTANCIAMENTO SOCIAL NA PANDEMIA DE COVID-19:
Uma análise sobre a macrocampanha *Juntos somos mais Fortes* do Ministério da Saúde**

Área de Concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Processos midiáticos e práticas socioculturais

Banca Examinadora:

Presidente/Orientadora: Profa. Dra. Raquel Cabral

Instituição: Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Profa. Dra. Roseane Andrelo

Instituição: Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Profa. Dra. Rosária Helena Ruiz Nakashima

Instituição: Universidade Federal do Tocantins (UFT)

Bauru, novembro de 2020

*A Edilceu Imbernom Filho, Dugo, pelo apoio
incondicional nas minhas decisões e pelo seu
grande e generoso coração.
Dedico*

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, por todo seu amor incondicional de hoje, amanhã e sempre!

À colega de turma, Ester Alckimim. Grato pelas caronas até Bauru e pelas conversas durante o trajeto. Agora uma grande e maravilhosa amiga.

Às amigas Yasmin de Angelis, Ana Heloísa Pessotto e Janaina Azevedo e ao amigo Pedro Santoro, por, gentilmente, cederem um lugar para dormir em seus apartamentos na cidade de Bauru.

Ao professor doutor, Juliano Maurício de Carvalho, por ter me aceitado no programa de mestrado.

A Juliana Caroline, amiga que me liga todos os dias para conversar, e por muitas vezes me ouvir e me aconselhar.

A minha grande amiga, Beatriz da Silva, pela amizade de longa data e pelas conversas e palavras certas em momentos difíceis. Por muitas e muitas vezes oferecer para jantar em sua casa para me poupar de cozinhar e assim ter mais tempo para estudar.

A minha amiga, Mirella Cordeiro, pela troca e discussão sobre a área de comunicação e pesquisa científica, no qual também seus conselhos e indicações sobre livros, artigos e sobre psicanálise, me ajudaram.

Ao grande amigo, Gustavo Andrade, pelas valiosas contribuições e pela explicação das normas da ABNT.

Ao amigo de Belo Horizonte, professor Fábio William, por sempre se mostrar prestativo. Grato pelos conselhos e direcionamento.

A meu analista, Giovani Belintani, que com a sutileza de sua escuta me mostra que há de se suportar aquilo que se deseja.

Às professoras doutoras Roseane Andrelo (UNESP), por sempre ser muito atenciosa comigo, e Rosária Helena Ruiz Nakashima, da Universidade Federal do Tocantins (UFT), por terem aceito, generosamente, comporem minha banca examinadora.

A todos os funcionários técnicos-administrativos da UNESP/Bauru pela atenção e pelo excelente atendimento aos discentes.

A minha orientadora, professora doutora Raquel Cabral, por ter acolhido o meu projeto e por todo apoio e auxílio durante o curto período de orientação.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Curva de contaminação e isolamento social.	45
Figura 2 – Utilização de redes sociais.	47
Figura 3 – Peça W-1.	48
Figura 4 – Peça W-2.	49
Figura 5 – Peça W-3.	49
Figura 6 – Peça W-4.	50
Figura 7 – Peça W-5.	50
Figura 8 – Peça W-6.	51
Figura 9 – Peça W-7.	51
Figura 10 – Peça W-8.	52
Figura 11 – Peça W-9.	52
Figura 12 – Peça T-1.	53
Figura 13 – Peça T-2.	53
Figura 14 – Peça T-3.	53
Figura 15 – Peça T-4.	54
Figura 16 – Peça T-5.	54
Figura 17 – Peça T-6.	54
Figura 18 – Peça T-7.	55
Figura 19 – Peça T-8.	55
Figura 20 – Peça F-1.	56
Figura 21 – Peça F-2.	56
Figura 22 – Peça F-3.	57
Figura 23 – Peça F-4.	57
Figura 24 – Peça F-5.	58
Figura 25 – Peça F-6.	58
Figura 26 – Peça F-7.	59
Figura 27 – Peça I-1.	59
Figura 28 – Peça I-2.	60
Figura 29 – Peça I-3.	60
Figura 30 – Peça I-4.	61
Figura 31 – Campanha de Isolamento Domiciliar.	75

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – <i>Corpus</i> numericamente computado.	47
Quadro 2 – Orientações do jornalismo para paz e de guerra.	63
Quadro 3 – Categorias para a paz/conflito e para violência.	64
Quadro 4 – Escolha lexicais.	77
Quadro 5 – Áreas de interesse.	78
Quadro 6 – Análise de Conteúdo a partir das categorias criadas.	80

RESUMO

Diante do contexto histórico vivido com a pandemia de Covid-19, em 2020 o mundo todo vem buscando respostas na ciência para formas de enfrentamento ao novo coronavírus. Nessa dimensão, o distanciamento social é identificado como tecnologia social capaz de gerar possibilidades de diminuição do contágio, contrariando a lógica do mercado neoliberal que vai impactar no sistema produtivo e nas formas de consumo. Diante dos ataques sistemáticos à ciência que a ascensão da nova direita ultraconservadora vem realizando, já no período pré-pandemia em várias partes do planeta, observam-se nesse contexto relações de poder controversas e contradições narrativas, especialmente num momento em que se buscam respostas científicas para os grandes desafios gerados a partir de um vírus altamente primitivo do ponto de vista biológico, mas muito sofisticado do ponto de vista da eficácia do contágio que tem impacto nossa dinâmica social. Diante dessa nova realidade sem precedentes na história, nosso **problema de pesquisa** buscou questionar de que modo o distanciamento social é apresentado como recurso para proteger a vida e, ao mesmo tempo, como o Estado revela e comunica ser capaz de garantir essa proteção? Partindo dessa problematização, nosso **objetivo nesta pesquisa** foi identificar, em macrocampanha de conscientização pública do Ministério da Saúde do Brasil, o uso ou não de estratégias comunicacionais de sensibilização e educação para a defesa do distanciamento social como medida de prevenção. Para tanto, analisaremos a macrocampanha digital *Juntos Somos Fortes*, com várias peças comunicacionais disponibilizadas no portal e várias mídias sociais do Governo Federal a partir da combinação da análise de conteúdo de Bardin e da análise de imagens de Barthes. Como principais resultados, evidenciam-se a presença de informações de ordem científica, fundamentadas em autoridades da saúde e de figuras de influência social na cultura popular brasileira, além da descrição científica de formas de proteção, de prevenção e de identificação de sintomas da COVID-19. Por outra parte, pouco se identificam posicionamentos que problematizam a não realização do *lockdown*, o que abre oportunidades para que grupos contrários possam argumentar e influenciar a opinião pública sobre o seu boicote. Isso revela um debate que discute a importância da perspectiva crítica para uma comunicação educativa e cidadã visando a conscientização e sensibilização.

Palavras-chave: Covid-19; Distanciamento Social; Isolamento Social; Comunicação educativa.

ABSTRACT

In view of the historical context experienced with the Covid-19 pandemic, in 2020 the whole world is looking for answers in science for ways of coping with the new coronavirus. In this dimension, social detachment is identified as a social technology capable of generating possibilities for reducing contagion, contrary to the logic of the neoliberal market that will impact the productive system and the forms of consumption. In view of the systematic attacks on science that the rise of the new ultra-conservative right has been carrying out in the pre-pandemic period in various parts of the planet, controversial power relations and narrative contradictions are observed in this context, especially at a time when scientific responses are sought for the great challenges generated from a highly primitive virus from the biological point of view, but very sophisticated from the point of view of the effectiveness of contagion. Faced with this new reality unprecedented in history, our **research problem** sought to question how social distance is presented as a resource to protect life and, at the same time, how does the State reveal and communicate that it is able to guarantee this protection? Based on this problematization, our **objective in this research** is to identify, in a macro-campaign of public awareness of the Ministry of Health, the use or not of communication strategies of awareness and education for the defense of social distance as a preventive measure. To this end, we will analyze the digital macro campaign *Juntos Somos Fortes*, with several communication pieces available on the portal and various social media from the Federal Government based on the combination of Bardin's content analysis and Barthes' image analysis. As main results, the presence of scientific information based on health authorities and figures of social influence in Brazilian popular culture is evidenced, in addition to the scientific description of forms of protection, prevention and identification of symptoms of COVID-19. On the other hand, little positions are identified that problematize the non-realization of the lockdown, which opens opportunities for opposing groups to argue and influence public opinion about their boycott. This reveals a debate that discusses the importance of a critical perspective for educational and citizen communication aimed at raising awareness.

Keywords: Covid-19; Social distancing; Social isolation; Educational communication.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 A MORTE NA COMUNICAÇÃO	13
1.1 Simbologia da Violência	16
1.2 Morte na literatura	21
1.3 Morte na publicidade e propaganda: o medo construído	23
2 VIOLÊNCIA CULTURAL: PARA ALÉM DA VIOLÊNCIA FÍSICA E ESTRUTURAL DA PANDEMIA DA COVID-19	25
2.1 Paz e Violência em Galtung: princípios para uma comunicação educativa e para sensibilização?	26
2.2 A presença da violência na comunicação	31
2.3 Dor nos signos iconográficos	32
2.4 Pandemias e a vivência humana	34
2.4.1 COVID-19	35
3 MÉTODOS DE ANÁLISE	37
3.1 Análise de imagens	37
3.2 Análise de conteúdo	40
3.3 Contextualização temática	42
3.1.1 Definição biológica	42
3.2 Isolamento social ou Distanciamento Social	44
3.3 <i>Corpus</i> de análise	46
3.4 Categorias de análise	61
4 ANÁLISE	65
4.1 Análise de Imagens	66
4.2 Análise de Conteúdo	71
4.3 Análise das categorias	74
CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS	88

INTRODUÇÃO

A importância dispensada ao consumo e à informação (e a seu acesso) sempre esteve em voga na sociedade humana, desde as sociedades mais remotas. Esse processo (pensar como consumir, de que forma influenciar o consumo, assim como informar-se e de que forma transmitir a informação) ganhou destaque na Revolução Industrial, com a conceituação da Publicidade e da Propaganda.

Em muitos momentos, os termos são usados de forma indistinta, como sinônimos. De fato, mesmo apresentando uma tangência, os termos apresentam diferenças. Muniz (2004) explica que a palavra “propaganda” vem do latim *propagare*, referindo-se ao plantio agrícola, que multiplicava os grãos por meio de sua propagação. Nesse sentido, para a autora, a propaganda é uma forma de difundir e de persuadir os sujeitos de que uma doutrina/ideia/ideologia/princípio/religião é melhor do que outra. Não se trata de uma busca financeira ou lucrativa, mas de uma busca de padrões ou de remodelações de comportamentos.

A Publicidade diferencia-se, uma vez que

[...] desempenha o papel de cartaz permanente do poder de compra, real ou virtual, da sociedade no seu todo. [...] Além do mais, o produto se dá à vista, à manipulação: ele se erotiza – não somente pela utilização explícita de temas sexuais, mas pelo fato de que a compra, a apropriação pura e simples é no caso transformada numa manobra, num roteiro, em dança complexa, acrescentando ao procedimento prático todos os elementos do jogo amoroso: avanço, concorrência, obscenidade, namoro e prostituição (até mesmo a ironia). Ao mecanismo da compra (já investido de uma carga libidinal) substitui-se toda uma erotização da escolha e da despesa. [...] E por meio da publicidade, como por meio das festas de outrora, a sociedade oferece à vista e ao consumo sua própria imagem (BAUDRILLARD, 1989, p. 181-182).

É nesse sentido que, neste trabalho, discutiremos um tipo específico de propaganda: as campanhas de conscientização. Interessa-nos, neste cenário, a grande área da saúde, enquanto um domínio científico e discursivo, que instancia questões sanitárias em defesa e em prol da vida.

As campanhas de conscientização, especificamente, no que diz respeito à pandemia do coronavírus, apresentam uma rica variabilidade de elementos, que vão desde uma simples orientação midiática e não formal (quando se vale de enunciadores isentos de um lugar de fala prestigiado, como é o caso de uma simples postagem em uma rede social) até uma ampla rede de divulgação, que traga enunciadores legitimados pelo discurso constituinte da ciência (MAINGUENEAU, 2007). Nesse sentido, partimos de um **problema de pesquisa** no qual

pensamos de que forma as campanhas de conscientização do distanciamento social, durante a pandemia do coronavírus, utilizam-se de elementos de sensibilização e educação a fim de atingirem seu principal objetivo: informar e conscientizar a população da necessidade de distanciamento social como forma de prevenção de contágio e de manutenção de um achatamento da curva epidêmica?

Assim, ao fim e a cabo, poderemos responder, a partir da análise de uma campanha de propaganda de interesse público com várias peças veiculadas em páginas *on-line* do Governo Federal, de que modo o distanciamento social é apresentado como recurso para proteger a vida e, ao mesmo tempo, como o Estado revela ser capaz de garantir essa proteção?

Em se considerando o atual cenário da pandemia do novo coronavírus, **nosso objetivo geral é:** identificar, em macrocampanha de conscientização do Ministério da Saúde, o uso ou não de estratégias comunicacionais de sensibilização e educação para a defesa do distanciamento social com medida de prevenção. Exposto nosso objetivo central, assumimos como objetivos secundários: (i) identificar quais recursos são utilizados nos materiais de conscientização da cidadania, de forma a promover ou não uma comunicação educativa; (ii) identificar as estratégias de sensibilização nessas campanhas de conscientização.

Nesse contexto, nosso percurso metodológico se constitui de uma combinação de metodologias: (i) a análise de imagem (BARTHES, 1984) e (ii) a análise de conteúdo (BARDIN, 1977), a fim de analisar nosso objeto de estudo identificando aspectos das campanhas de conscientização do distanciamento social, como forma de prevenção à pandemia do coronavírus (COVID-19). Trata-se de macrocampanha, em nível nacional, composta por peças comunicacionais veiculadas em diversas redes sociais, fomentada pelo Ministério da Saúde e que vai ao encontro das propostas de prevenção da Organização Mundial da Saúde.

Para tanto, analisaremos campanhas em formato digital, disponibilizada no portal do Governo Federal, para acesso gratuito. Nossa análise documental (YIN, 2005) garantirá uma abordagem que transpasse diferentes tipos de peças comunicacionais (cartazes, manuais, banners). Excluem-se, dessa análise, elementos audiovisuais, pois demandariam outras metodologias de análise específicas para o audiovisual.

Paralela a essas discussões, buscaremos refletir sobre as estratégias comunicacionais para sensibilização e educação adotadas na macrocampanha do Ministério da Saúde. Por essa razão, encontramos nos princípios da comunicação para cultura de elementos que podem apoiar uma análise crítica de conteúdo do material a partir do jornalismo para a paz (CABRAL; SALHANI, 2017). Para tanto, partiremos da análise das imagens (BARTHES, 1984) e de uma análise de conteúdo (que considera, em um primeiro nível, os elementos gramaticais, como, por

exemplo, verbos, substantivos, entre outras classes de palavras, mas também os elementos da enunciação, como por exemplo, os contextos de produção).

Expostos nossos objetivos, este trabalho está organizado em quatro capítulos. O primeiro capítulo apresenta a presença da morte e do luto nas sociedades, com enfoque nas sociedades ocidentais. Para tanto, partimos da forma como a morte é concebida na literatura científica, especialmente, na construção midiática que se faz dela, tocando na percepção da violência especialmente na forma como se tenta evitar a morte na comunicação.

No segundo capítulo, descreveremos cultura da violência e sua relação com a pandemia da Covid-19. Para tanto, revisitaremos os trabalhos de Johan Galtung e de Susan Sontag, para discutir como se percebe a violência em nossas sociedades, quais suas tipologias e formas de manifestação e identificação. No capítulo 3 apresentamos as categorias de análise para nossa análise de conteúdo e as diretrizes da análise de imagens. Dessa combinação de metodologias, analisamos aspectos das ações previstas na macrocampanha de conscientização do distanciamento social como forma de prevenção à pandemia do coronavírus (Covid-19).

No capítulo 4, realizamos a análise proposta, identificando que mesmo não havendo nenhuma ação que usasse o termo *isolamento* de forma direta, todas as ações que se apresentam, pela análise de conteúdo proposta, estão dentro de um escopo do isolamento e do distanciamento social. Por últimos, teceremos nossas considerações finais, sinalizando algumas possíveis linhas futuras de pesquisa sobre o tema.

1 A MORTE NA COMUNICAÇÃO

A História humana passa por uma série de transformações e de reconstruções. Assim como o medo, o amor, outros tantos sentimentos parecem tomar lugar na gama de sensações socialmente construídas. Brasileiro e Brasileiro (2017) afirmam que o medo é, talvez, um dos principais sentimentos que se constroem a partir de uma ótica social. É preciso destacar que, para os autores, há uma grande confusão entre a *morte* e *morrer*, o que implicaria em uma revisão do conceito de *medo da morte*.

A morte é, de acordo com a Resolução do Conselho Federal de Medicina n. 1.480/1997, “a parada total e irreversível das funções encefálicas”. A morte é um processo muito mais clínico.

A morte clínica é a parada cardíaca e respiratória identificada pela ausência de pulso e respiração, midríase parálitica após 30 segundos da parada cardíaca. Já a morte biológica é a morte de células encefálicas, e a midríase não é reversível com manobras adequadas de reanimação. Finalmente, na morte óbvia é evidente o estado do corpo em decomposição, esmagado ou carbonizado, o tronco decaptado ou segmentado (BRASILEIRO; BRASILEIRO, 2017, p. 79).

Independente da causa ou da forma da morte, o medo dela parece construído de outra forma. Social e culturalmente vemos a construção de uma oposição binária entre a vida e a morte. Enquanto a vida é um fato divino, supramaterial; a morte é uma derrocada desse poder divino: a vida é a própria fonte causadora de todas as coisas causáveis do mundo¹, a centelha divina; a morte, por sua vez, é o fim de tudo o que é construído, é a emergência do medo do desconhecido.

Nesse sentido, pensar o medo da morte é, em primeira instância, pensar a relação cultural de um povo com a oposição paramétrica que se constrói nos limites do que é *vida* e do que é *morte*. Werneck (2006) afirma que a cultura é um dos principais elementos formadores e limitadores² da identidade social de um povo, de um grupo ou de uma nação. Pensar um povo sem cultura implica em uma lógica moderna: alienar-se de si e do grupo. É nesse ensejo que a identidade cultural parece ser um dos elementos que define um povo.

¹ Aqui, aludimos à relação construída em Zilles (1997) de que a vida é representação da existência divina, que, para Aristóteles, era a fonte causadora do movimento universal, o último plano da existência material (previsto por Descartes).

² Mesmo se tratando de um trabalho acadêmico, é necessário, em alguns momentos, recorrer à ciência da lexicografia, a fim de resolver possíveis confusões semânticas. Aqui, falamos em *limitador* em seu sentido de cercar um espaço delimitado e claro, não se trata de uma acepção negativa.

De um modo geral, Werneck (2006) reflete a noção e a própria natureza da concepção do que seja *cultura*. Grosso modo, o autor concebe a cultura como um conglomerado de conhecimentos, dotados de uma capacidade de enriquecimento do espírito. Associa-se, em muito, essa definição a um gosto estético (no sentido de uma *belle culture*) e de uma capacidade de desenvolvimento do senso crítico.

Cultura, aqui, não está relacionada às formas de manifestação artística e/ou técnicas da humanidade, como a música erudita, por exemplo. Em alemão, *Kultur* implica essa noção de cultura.

A palavra cultura vem do latim *colere* (“lavar”), cultivar o campo que, nas línguas românicas, passou a indicar também cultivar a mente, adquirir conhecimentos através da “instrução”. [...] A sociedade humana passou por diversos ciclos de cultura, que a levaram a profundas transformações: nômade, agrícola, comercial, industrial. Atualmente vive sob a égide da tecnologia [...] (D’ONOFRIO, 2005, p. 99-100).

O antropólogo polonês B. K. Malinowski (1884-1942), considerado o fundador da escola funcionalista da Antropologia, define-a como um todo funcional, que congrega os hábitos, os costumes, as técnicas e as crenças de um povo. Interessa-nos, portanto, essa definição, por apresentar como parte da cultura todas as crenças construídas. Mesmo sendo minimamente contraditória a relação entre o lugar da crença (se pilar fundamental da cultura, se construída a partir dela), parece ser possível assumir como consenso que as crenças devem, portanto, ser estudadas à luz de uma contextualização cultural, uma vez que excluir o contexto (histórico, social, cultural, formativo) cria um falseamento da análise das crenças.

Laraia (2006), seguindo E. B. Tylor (1832-1917), entende a cultura como sendo todo aquele complexo (conhecimento, crenças, arte, moral, lei, costumes etc.) adquirido pelo ser humano como membro de uma sociedade. Lopes (1999) afirma que o antropólogo francês, Claude Lévi-Strauss (1908-2009), propõe uma ruptura entre o domínio da Natureza (marcado pela naturalidade) e o da Cultura (práticas sociais dos homens). Para tanto, exemplifica a relação da proibição do incesto, enquanto uma regra elementar na sociedade, de modo a ordenar o instinto biológico.

Se aceitarmos tal distinção, poderemos isolar duas características da cultura:
 (a) pertence ao universo da cultura tudo o que o homem acrescentou à Natureza, através do seu trabalho transformador;
 (b) pertence ao universo da cultura tudo o que não é hereditário, mas é aprendido pelo homem (LOPES, 1999, p. 15).

A linguagem é uma das formas de expressar essa análise cultural.

A aprendizagem, a conservação, a transformação e a transmissão da cultura realizam-se através de uma grande variedade de *práticas sociais*. As práticas sociais organizam-se para expressar a cultura das comunidades humanas assumindo a condição de *sistemas de signos* para transmitir essa cultura de um indivíduo para outro, de uma geração para a geração seguinte (LOPES, 1999, p. 15).

Nesse sentido, 'Cultura' é uma palavra imprecisa, como nos orienta Burke (1989). Se por um lado, é um conjunto de práticas sociais; por outro, é um sistema regado de signos e, portanto, um sistema semiótico complexo. Ainda, como se pudéssemos prever um sistema dialético, há uma gama de censuras sociais e de tabus.

Não há uma clara delimitação ou consenso na literatura do que seja a cultura. Todavia, em linhas gerais, é fácil discutir o que não é cultura.

Revisitando Burke (1989), e para este trabalho, definiremos cultura como “[...] um sistema de significados, atitudes e valores partilhados e as formas simbólicas (apresentações, objetos artesanais) em que eles são expressos ou encarnados” (BURKE, 1989, p. 15). Portanto, a cultura está intimamente relacionada à vida total de um povo, de modo a transmitir sua herança social de um indivíduo para os outros. Bronislaw (1884-1942), antropólogo polonês, compreende a cultura como o resultado do ambiente, o qual o próprio homem cria. Dessa forma, os processos técnicos, os hábitos e os valores herdados nesse espaço seria, pois, a própria cultura.

Independentemente da definição adotada e/ou apresentada, parece ser evidente a problemática da aquisição e da própria perpetuação da cultura como sendo um processo social; não biológico. Significa dizer (e defender) que a cultura não está ligada a elementos biológicos, como, por exemplo, o polegar opositor com movimento de pinça (que é fator biológico de delimitação da espécie humana). Cada sociedade transmite, por meio das relações construídas e implicadas, o patrimônio cultural a novas gerações, adquirido dos antepassados.

As sociedades transmitem sua herança cultural por meio da escola, mas, também, por meio da família. Contudo, desde o advento da imprensa escrita, no século XV, por Johann Gutenberg, a cultura ganhou uma forma de transmissão e de circulação mais intensa. Nesse sentido, a imprensa contribuirá drasticamente com a criação de uma visão do que seja e do que é a herança cultural de um povo.

Ainda sobre a discussão da cultura, Geertz (1989) compreende a cultura de um povo como uma forma de expor e de fazer emergir sua normalidade, sem, contudo, reduzir as particularidades. Essa visão antropológica, quase weberiana, apresenta um nicho teórico de interpretação muito mais amplo do que se poderia supor. Mesmo que o termo cultura não seja

recente, somente a partir do século XVIII (e, portanto, depois da própria imprensa) é que passará a ganhar destaque e importância na visão antropológica. Contudo, mesmo sendo matéria cara à Antropologia, a essa somente será dada a devida importância no século XIX, a partir de uma sistematização do conhecimento.

Edward Tylor (1832-1917), antropólogo britânico, formulou uma das primeiras definições de cultura aceitas na literatura. Para ele, a cultura é um sinônimo direto de “civilização”, tomada em um sentido etnográfico. Significa dizer que a cultura é o todo complexo dos conhecimentos, das crenças, da arte, da moral, da lei, dos costumes e de quaisquer capacidades e/ou hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro de uma determinada sociedade.

É nesse sentido que as práticas culturais são adquiridas. Sumariamente, a cultura é uma forma de transmissão de elementos históricos e constitutivos de uma determinada sociedade, a fim de tornar essa sociedade homogênea (em uma unidade, sem, contudo, extinguir a individualidade). É nesse sentido, que a cultura expressa elementos próprios e coletivos de cada sociedade.

Especificamente, interessa-nos um tipo específico de cultura, perpetuada e mantida na sociedade, a violência. Discutir a cultura da violência, implica refletir sobre vários outros elementos: conceitos, pré-conceitos, sexualidade, finanças, entre outros tantos temas que, direta ou indiretamente, motivam e/ou fomentam a violência, garantindo-lhe sua força própria e intrínseca. É nesse sentido que discutir a violência é, também, discutir sua principal força: a morte.

1.1 Simbologia da Violência

A simbologia da violência é fator necessário para a compreensão sistemática e semiótica da vida humana. Desde a concepção aristotélica de organização da sociedade, a violência vem sendo discutida como elemento fundante da sociedade e de sua própria organização. Marcondes Filho (1987) identifica, na obra de Aristóteles, uma noção genérica de violência: vindo do exterior, tudo o que se opõe ao movimento interior de uma natureza (compreendida em um sentido estrito como a própria índole sinestésica humana). Significa, portanto, que a coação física do homem (uma vez que a filosofia clássica não trata da coação emocional ou psicológica) é uma forma de impor a outrem um desejo que não lhe é próprio, configurando-se, para o filósofo, o primeiro tipo de violência. Claramente, aqui, não se entra no mérito do que é um ser humano livre.

A vivência sensorial do indivíduo é, para Aristóteles, a única coisa que move o ser humano. Da inexistência de um mundo racional, perpassado por uma lógica platônica, o indivíduo nada mais seria que um mero fluxo de sensações e de emoções físicas. A percepção primeira, então, da violência é essa: sinestésica, material e tangente no corpo. Um signo da violência, na semiologia contemporânea, seria o roxo no olho, indiciador da violência, tangível e material.

De fato, essa análise é puramente materialista, remetendo a própria lógica cristã do crime: consumado e praticado. É nesse sentido que a filosofia patrística seria deixada de lado, em prol de uma filosofia escolástica, na qual se explica a vida e o pecado de forma racional. Todavia, pensar a contraposição entre história, cultura, violência é, no mínimo, um movimento dialético e complexo. Rocha (1998) entende essa síntese de pensamento como uma análise produtiva, uma vez que a cultura é a própria apropriação da natureza e essa é a forma mais natural de expressão da violência.

Significa dizer que a cultura é uma forma de apropriar-se da natureza por meio de uma transformação e de uma adaptação dela aos interesses propriamente humanos. A violência, portanto, não poderia ser evitada. Somente seria possível extinguir a violência, quando, para Marcondes Filho (1988), não houvesse contato entre as partes que litigam uma questão. Contudo, tornar a violência uma normalidade cultural implica, também, em pensar a sociedade sem uma análise simbólica. Para Rocha (1999), a cultura da violência é um espaço simbolicamente preenchido “[...] por referências externas ao indivíduo e, principalmente, na trama compartilhada de significados, valores e atitudes, aí se encontraria a violência.” (ROCHA, 1999, p. 85)

A violência cultural, portanto, não pode ser simplificada a um mero símbolo social, preenchido por referências externas aos sujeitos. Trata-se mais de uma trama compartilhada de valores e de atitudes, um tipo de elemento social coeso. A violência é, para a sociologia, uma força agregadora: o sentimento pode ser diverso, mas sua aplicabilidade na sociedade é uniforme.

Historicamente, somente no século XIX houve uma caracterização efetiva da violência enquanto um fato social. Disso decorre a análise de que, antes, não havia uma análise crítica da violência.

A violência é considerada um fenômeno biopsicossocial cuja complexidade dinâmica emerge na vida em sociedade, sendo que esta noção de violência não faz parte da natureza humana por não possuir raízes biológicas. Por isso, a compreensão desta leva à análise histórica, sociológica e antropológica,

considerando as interfaces das questões sociais, morais, econômicas, psicológicas e institucionais (HAYECK, 2009, p. 3).

Desde as primeiras formas de organização da vida coletiva em sociedades, surgem leis, regras, certames, os quais seriam uma forma de garantir a vivência coletiva. Fica nítido, aos poucos, grupos de indivíduos tornam-se mais poderosos, levando a uma cultura da opressão, que leva ao desentendimento, e consequentemente implica na força física ou simbólica (violência) para defender interesses próprios.

Minayo (2010) explica que a complexidade da violência somente pode ser encontrada na vida em sociedade. Tais regras de conduta quando desrespeitadas passam de um simples desentendimento à violência. Somente há violência social quando há uma sociedade para tal. Para a autora, hoje, é praticamente inequívoca a ideia de que a violência não é parte constitutiva da natureza humana. Não se trata de raízes biológicas, como é a linguagem.

Dada a natureza tripla do homem (naturezas biológica, psicológica e social), não é possível considerar a violência como um mero gene da espécie humana. Consideração essa que é encontrada já no “Manifesto de Sevilha”, ao apontar para a não determinação biológica da violência.

É CIENTIFICAMENTE INCORRETO dizer que herdamos uma tendência a fazer guerra de nossos ancestrais animais. Embora lutas ocorram em todo o reino animal, apenas alguns poucos casos de luta destrutiva intra-espécies entre grupos organizados já foram descritos em espécies que vivem no seu ambiente natural, e nenhum destes casos envolve o uso de ferramentas construídas para serem armas. O comportamento predatório de alimentar-se de outras espécies não pode ser equiparado com violência intra-espécies. A guerra é um fenômeno especificamente humano e não ocorre em outros animais.³

Um subtipo de alteração psicológica ou fruto único das relações sociais. Há que se considerar todos os fatores, conjuntamente.

A violência, sob todas as formas de suas inúmeras manifestações, pode ser considerada como uma força que transgride os limites dos seres humanos, tanto na sua realidade física e psíquica, quanto no campo de suas realizações sociais, éticas, estéticas, políticas e religiosas. Em outras palavras, a violência, sob todas as suas formas, desrespeita os direitos fundamentais do ser humano, sem os quais o homem deixa de ser considerado como sujeito de direitos e de deveres, e passa a ser olhado como um puro e simples objeto (LEVISKY 2010, p. 6-7).

³ Disponível em <http://www.comitepaz.org.br/sevilha.htm>. Acesso em 7 out 2020.

Assumimos, portanto, que tratar da cultura da violência e da própria violência social supõe discutir um parâmetro de interação social, que é em sua natureza simbólico, uma vez que agrega práticas diversas e comuns. Freire Costa (1993), por exemplo, discute a cultura da violência como a prática que tem como gênese o vácuo da lei.

A violência torna-se um item obrigatório na visão de mundo que nos é transmitida. Cria a convicção tácita de que o crime e a brutalidade são inevitáveis. [...] A imoralidade da cultura da violência consiste justamente na disseminação de sistemas morais particularizados e irreduzíveis a ideais comuns, condição prévia para que qualquer atitude criminosa possa ser justificada e legítima. [...] Em segundo lugar, a cultura da violência, valorizando a utilização da força, constrói uma nova hierarquia moral. O universo social simplifica-se monstruosamente entre fortes e fracos (FREIRE COSTA, 1993, p. 84-85).

Freire Costa (1993) evidencia um possível paradoxo em sua definição de violência, quando colocada em comparação com a de Burke (1989).

O hábito que criamos de falar da Violência com 'V' maiúsculo é uma defesa contra o medo. [...] a fantasia da violência paralisa nosso pensamento e nossas ações [...] a violência, nesse caso, é apenas um fetiche, uma figura de linguagem, cuja matéria é nosso medo (FREIRE COSTA, 1993, p. 86-87).

Silva e Milito (1995) seguem esse mesmo paradoxo. A violência é, muitas vezes, uma defesa contra o medo. Enfrenta-se o outro por meio da violência, de forma a tentar remodelar a ordem social. É nesse sentido que a violência se perpetua na sociedade

É dissonante o som da voz que protesta em nome do menino, sempre abafada pelo coro agressivo das ameaças. [...] Quando protestam [...], o protesto vai-se retraindo progressivamente, na contenção dos gestos, no paulatino racionamento das expressões verbais [...]. Enfim, chamaríamos a essa disposição genérica, não quantificada, ou mesmo quantificável, de uma “cultura da evitação”, a produzir freneticamente objetos, disposições e atitudes que afastem os personagens da rua, indesejáveis, grosseiros e perigosos. Por outro lado, em seus contatos com a difusa sociedade dos aquinhoados, esses personagens marginalizados [...] estão permanentemente a negacear, a se contradizer, a modular seu comportamento num sentido tático para auferir vantagens contingentes. É o que chamaríamos, por seu tumor, de “cultura da evasiva” (SILVA; MILITO, 1995, p. 35-38).

Assumimos, portanto, que a cultura da violência é uma forma de enfrentamento e de projeção de interesses individuais sob uma coletividade. Nesse sentido, pensar a violência é,

também, pensar como se organiza a própria sociedade (em termos psicossociais, não biológicos). Há uma tentativa constante de romper com padrões, com classes, com grupos e com regras impostas. Se por um lado, por exemplo, há a lei, a regra e a moral; de outro, há o crime, a ruptura e a imoralidade. É nesse sentido que a mídia se projeta: como uma forma de manutenção desse caráter de normalidade, garantido um conjunto de regras e de elementos que perdurem.

Citamos, como exemplo, a violência da morte. Parte do consumo de produtos e bens está diretamente ligado à publicidade e propaganda, pois, no discurso, inserem-se técnicas de persuasão e convencimento os quais são assimilados pelo receptor que busca a satisfação e o prazer. O ato de comprar satisfaz a necessidade humana.

Para Muniz (2008), a publicidade seria uma das principais atividades empresariais ligadas ao marketing, que por meio dos *mass media*, transmite suas mensagens informando aos consumidores a existência do produto ou serviço e a possibilidade de encontrá-los no mercado.

Especificamente, ao revisitarmos Silva e Rodrigues (2009), identificamos um trabalho de produção de campanhas de conscientização para o Cemitério Jardim da Paz, um cemitério parque localizado na cidade de São José do Rio Preto, interior de São Paulo. Na pesquisa, detectou-se que 80% dos entrevistados não sabem do valor gasto para um funeral – incluindo serviços de velório e sepultamento e 47% não tem preocupação com isso porque nunca vivenciaram a situação. O medo da morte é a resposta psicológica mais comum diante da morte, sendo, portanto, um sentimento universal e vital, indo ao encontro do que aponta Kovács (1992).

Falar sobre a morte pode oferecer conforto e colabora na aquisição de significados. É neste contexto que surge a questão: é possível criar uma representação da morte em propagandas de interesse público? Essa representação poderia ser equiparada às representações preventivas de ações de sensibilização sobre AIDS, dengue, campanhas contra fumo, drogas, economia de água, entre outras? A dificuldade em se associar a representação da morte como instrumento educativo não seria mais voltada para a produção do medo e da negação da própria morte, o que gera rejeição, do que propriamente de mudança de comportamento, cultura ou de ideias? O medo da morte é o medo da interrupção do futuro?

Segundo Kovács (2012), “[...] a vivência do luto pode ser uma experiência marcante para jovens, principalmente, quando é a primeira morte de pessoa significativa que vivenciam. Alguns se isolam, afastam-se dos familiares, dando a impressão de que não se importam com o acontecido” (KOVÁCS, 2012, p. 75)

Nesse contexto, a propaganda social pode ser funcional e determinante para mudanças de comportamento, ideias e atitudes. Há uma carência sobre a reflexão midiática em torno da morte, de modo a equilibrar a resistência e a rejeição que nossas sociedades adquiriram ao longo do tempo com relação a esse momento desconhecido.

Reis (2009) discute a postura tomada frente à morte e como tem ocorrido uma modificação dessa postura ao longo do tempo. Para exemplificar essa percepção, o autor cita como exemplo a passagem dos enterros das Igrejas e dos espaços comuns, para os cemitérios. “Não é que a morte e os mortos nunca inspirassem temor. Temia-se, e muito, a morte sem aviso, sem preparação, repentina e trágica, e sobretudo sem funeral e sepultura adequados. Assim como se temia os mortos que assim morriam” (REIS, 2009, p. 74).

A psicóloga Maria Julia Kovács (1992) vai mais além, e salienta que a sociedade ocidental vive como se a morte não existisse, encarando-a como um acidente, um fenômeno incomum. A sociedade ocidental insiste no caráter acidental da morte: acidentes, doenças, infecções, velhice adiantada. A morte fica despojada do caráter de necessidade em termos do processo vital. É sempre um assombro. O traumatismo provocado pela morte é sempre uma irrupção do real. No inconsciente estamos todos persuadidos da nossa imortalidade, sem registro da morte, como o animal cego (p. 40). Diante disso, não é de se espantar que seria natural a rejeição de todo tipo de representação que remeta à ideia de morte como fim (PEREIRA; BEZERRA, 2015, p. 23).

De fato, historicamente, a estratégia da sensibilização pela morte e pela dor nem sempre alcançaram sucesso em termos de sensibilização que pudesse gerar uma mudança substancial de pensamento, comportamento ou cultura.

1.2 Morte na literatura

A cultura ocidental tem seu berço, de forma inequívoca para os historiadores, na cultura grega clássica. Para Schopenhauer (2000), a principal forma de distinção do ser humano para os demais animais não reside apenas na capacidade intelectual; senão na capacidade de desenvolver o medo pela aniquilação (pela morte). Antecipando essa leitura de Schopenhauer (2000), a inquietude da morte parece ser tema recorrente na história da filosofia, como apontado em *Fredo*, de Platão.

Contra a morte, a humanidade desenvolverá em sua história mecanismos de combate e (auto)proteção contra ela própria e o seu medo, dentre eles, a religião. Especificamente, interessa-nos essa, uma vez que o medo da morte leva os indivíduos, para Schopenhauer (2000),

a uma busca pelo consolo por meio da imortalidade da alma e da negação da aniquilação completa.

A ideia da morte e de todas as variáveis que a pressionam, influenciam ou evitam são importantes para qualquer cultura, a tal ponto que tem se tornado base para muitas expressões intelectuais, artísticas e religiosas na tentativa humana de buscar a transcendência perante o medo do desconhecido, do fim da existência e do abandono perpétuo dos entes queridos.

Ariés (1982) aponta que, depois da Primeira Guerra Mundial, a sociedade ocidental, principalmente os EUA e a Europa industrializada, afugentou as tradicionais atitudes com relação à morte e substituiu tais tradições por um novo modelo de vida. Isto não se deu, porém, nos países predominantemente rurais e, em geral, católicos.

A industrialização, urbanização e racionalidade teriam produzido os meios eficazes para proteger os indivíduos das tragédias cotidianas da morte. Porém, a maneira com que esta proteção se dá visa apenas à libertação do indivíduo de seus medos e obstáculos, a fim de amenizar as emoções relacionadas à morte para que fique livre para cumprir suas tarefas nesta sociedade individualista e de consumo.

Nesse sentido, alguns fenômenos acompanham o tratamento da morte na modernidade, quais sejam: (i) a ocultação da morte; (ii) a transferência para um *locus* de morte (normalmente, o hospital, no qual a morte é escondida, o sofrimento e o caminho natural da degradação do corpo são ocultados da visão da sociedade); e, por fim, (iii) a extinção do luto.

Para Pugliese (2010), pensar a morte por meio de sua ocultação leva a uma análise da publicidade: como garantir, *post mortem*, a permanência do ente ou da pessoa na memória coletiva e vida. Assim, a propaganda parece tentar refletir apenas a vida e a felicidade. De fato, se aplicada a temática da morte, há uma ruptura com a sua leitura entendida como fim.

Martins (1983) concluiu que, a partir desses apontamentos, a morte não tem o mesmo sentido, hodiernamente, que tinha no momento passado ou mesmo do fim da vida. Para ele, essa forma de reanálise representa a alienação da morte, presente em uma época em que se discute a eutanásia, mas que não sabe lidar com a moralidade do prolongamento artificial da vida.

Assim, discutir a violência na sociedade contemporânea implica, também, refletir sobre as estratégias comunicacionais narrativas relacionadas com a morte e qual seu impacto em sociedade. Dessa forma, refletir sobre estratégias de sensibilização e educação da cidadania para a não banalização da representação da dor é fator necessário na formulação de campanhas de sensibilização.

1.3 Morte na publicidade e propaganda: o medo construído

O medo e sua construção cultural é elemento central da formação social do indivíduo: desde que a criança nasce ela é posta em contato com uma cultura do medo. Bezerra e Cardoso (2006) identificam que desde o parto a criança é colocada em uma relação de medo e de violência, principalmente, quando se atesta o parto não humanizado. Além disso, as autoras identificam que a violência é fator inerente na formação humana: reproduzimos a violência com as crianças, ao gritarmos quando elas colocam o dedo próximo a uma tomada, por exemplo. Assim, mantém-se cíclica a história da violência. De fato, o medo e sua construção como elemento de interação social influem na dimensão cognitiva e emocional dos indivíduos, de modo que a saúde mental (aquilo que causa bem-estar e tranquilidade) pode ser alterada. O medo parece construir um cenário mental de inquietude.

Nowlis (1982), ao analisar contextos de reabilitação de uso de drogas, notou uma utilização da representação sempre negativa e pejorativa para a prevenção. As ações publicitárias de combate às drogas estão quase sempre relacionadas com práticas de isolamento e de reclusão: atua-se como um processo de medo, por meio do qual o indivíduo ou abandona as drogas, ou será levado a internação para lidar com o vício. O medo e o tabu pelo medo estão sempre presentes (RIBEIRO, 2015).

Nesse sentido, assim com o tabu da morte, descrito por Pereira e Bezerra (2014), nas campanhas de combate às drogas, há, quase sempre, uma tentativa de construir o medo – ao invés de se privilegiar um conjunto de campanhas e de ações que defendam o cuidado, o zelo e acolhimento dos usuários de drogas.

O sofrimento mental sempre foi secundário no Brasil e, por consequência, em quaisquer ações e iniciativas de lidar com isso (MARQUES, 2013).

A construção de uma forma diferente de abordagem do sofrimento mental teve por objetivo fazer face à complexidade das demandas de inclusão de pessoas secularmente estigmatizadas, com seus direitos humanos violados e à superação da violência asilar em um país de acentuadas desigualdades sociais, como é o caso do Brasil. Ao longo desse processo de revisão da exclusão, do isolamento e da violência como formas de abordagem daqueles que sofrem por transtornos mentais, parece não terem sido devidamente incluídos no debate aqueles em sofrimento pelo uso de álcool e outras drogas, que se mantiveram à margem da discussão das políticas de saúde mental. Como consequência, suas demandas e necessidades acabaram por não ser propriamente incorporadas no âmbito da reforma psiquiátrica, deixando de ser entendidas como questão, majoritariamente, de segurança pública e de justiça, o que perdura e tem efeitos até os dias de hoje (GALLASI, SANTOS, 2014, p. 1).

De fato, a pedagogia mediante o horror e a dor parece ter sido (e ser ainda) usada na prevenção às drogas e também na educação no trânsito. Bucher (2007), ao analisar as drogas e sua relação com a prevenção, compreende que existe uma busca, por meio do medo, de combate às drogas. Quase sempre se associa o uso de drogas com o fim da vida, com a destruição, construindo uma imagem negativa e totalitária do medo. Para o autor, não há nenhuma associação entre o uso de drogas, a não ser o desvio “[...] de normas e padronizações consideradas como certas e intocáveis – velho sonho de uma porção de regimes totalitários [...]” (BUCHER, 2007, p. 120). Romper com essa concepção na quebra do ciclo do medo, cria um novo ciclo: o da sensibilização.

Analogamente, podemos comparar o combate às drogas, como previsto por Bucher (2007), com a análise proposta neste trabalho: campanhas de conscientização e sensibilização sobre o distanciamento social, como medida de prevenção à Covid-19. Sobre essa dimensão, o próximo capítulo discutirá aspectos da violência à luz do referencial teórico proposto por Galtung.

2 VIOLÊNCIA CULTURAL: PARA ALÉM DA VIOLÊNCIA FÍSICA E ESTRUTURAL DA PANDEMIA DA COVID-19

O capítulo traz à baila uma breve reflexão da *morte*, enquanto um conflito inerente à sociedade contemporânea. Nesse sentido, parece necessário apontar para a existência de grandes períodos históricos em que a morte surge como um elemento social claramente demarcado: as grandes guerras, os grandes conflitos humanitários. Sontag (2003) aponta que a violência é uma ação imbricada na vida social que, muitas vezes, parece estar incrustada na essência humana.

Avançando nessa discussão, não parece ser possível restringir a violência apenas à morte ou vice-versa. Em várias ciências, a noção (e até mesmo a relação) entre a paz e a violência parece ser fator primordial das/nas discussões. Especificamente, nos Estudos para Paz, Johan Galtung tem-se destacado pela originalidade e pela profundidade teóricas, com as quais vem tratando do tema.

Galtung (1969) vincula as noções de paz e de violência, por meio de uma relação de ausência (marcando o paradigma binário das ciências humanas da década de 1960), isto é, quando da ausência da paz, há, pois, a violência. Nesse sentido, a paz é um contraponto teórico de negação, ou mesmo de redução, da violência; compreendida em um sentido estrito. Para o autor, conceber a paz dessa forma está de acordo com a própria definição histórica da paz e, ainda, define “[...] uma ordem social pacífica não como um ponto, mas como uma região, como a vasta região das ordens sociais nas quais a violência está ausente” (GALTUNG, 1969, p. 29).⁴

Nesse sentido, pensar a cultura enquanto um sistema semiótico, como afirmado no capítulo anterior, possibilita uma interação coerente entre as propostas de Galtung (1969) e de Sontag (2003). Se a cultura é um sistema semiótico, composto por signos, por símbolos e por índices, a paz e a violência e a vida e a morte constituem-se enquanto elementos binários de análise (em um sentido estrito).

Sontag (2003) percebe que a dor é fator inerente à violência. Esse reducionismo é necessário para trazermos, neste momento, à discussão a questão da didatização das imagens e dos olhares. Muitas vezes, a perspectiva de análise da dor e da violência estava restrita aos textos escritos, formais e estruturados, desconsiderando-se a análise iconográfica, tão fundamental na vivência humana. Isso porque, em condições não adversas, a criança primeiro vê e ouve, para depois falar e, somente por fim, escrever. Nesse sentido, as imagens constroem

⁴ Em todas as citações literária, neste capítulo, de Galtung (1969), as traduções são nossas.

uma realidade complexa e um sistema semiótico de informação extremamente estruturado e coeso.

Dussel (2009) afirma que a didatização das imagens deve ser compreendida para além de uma mera significação ou contextualização delas. Os discursos visuais constroem, assim como os falados e escritos, posicionamentos sociais e inscrevem-se em práticas, também, sociais, que se relacionam às instituições que perspectivizam e que disciplinam o olhar (e, por consequência, a cultura).

Nesse sentido, a pedagogia da imagem não pode estar distante de uma pedagogia que pense a dor, o medo, a morte e a violência enquanto elementos significativos de uma realidade humana e cultural. Claramente, aqui, não entraremos em um movimento escolar da análise de imagens e de olhares, mas, sim, assumimos haver um papel claramente educativo nesse processo.

Sontag (2003, p. 14) ratifica que todas as fotos “[...] esperam por sua vez de serem explicadas ou deturpadas por suas legendas [...]”. Os sistemas educacionais tomam para si esse *locus* de veiculação de ideologias que se valem de imagens que as comprovam, que as representam ou que as englobam em “[...] ideias comuns de relevância e desencadeiam pensamentos e sentimentos previsíveis” (SONTAG, 2003, p. 73). A perspectiva da autora não é, como já dissemos, educacional, mas, sim, uma perspectiva de sororidade e de pacificação frente a dor dos outros.

Sontag (2003) discute a relação entre a representação e a imagem, por meio do signo iconográfico utilizado como um mecanismo de representação da dor e do sofrimento dos outros. Dessa forma, não somente um sistema educacional legitimaria essa veiculação de ideologias, mas, também, fotografias, peças audiovisuais, entre outras. Para tanto, a autora analisa um encadeamento de grandes conflitos: desde a Guerra Civil Americana, passando pela Primeira Guerra Mundial e pela Guerra Civil Espanhola, chegando aos campos de concentração nazistas, culminando, por fim, no atentado do *World Trade Center* em setembro de 2001.

2.1 Paz e Violência em Galtung: princípios para uma comunicação educativa e para sensibilização?

Para Galtung (1969), a ideia de paz não é compreendida apenas como ausência de violência, ou seja, trata-se de um conceito complexo. A violência é composta de uma noção ampla de modo a construir uma análise quase dialética. Dessa forma, a “[...] causa da diferença entre o potencial e o efetivo, entre aquilo que poderia ter sido e aquilo que realmente é. A

violência é aquilo que aumenta a distância entre o potencial e o efetivo, e aquilo que cria obstáculo para o decrescimento desta distância” (GALTUNG, 1969, p. 31).

O autor exemplifica que, se uma pessoa morre de tuberculose no século XVIII, dificilmente, será considerada uma violência. Essa análise parece óbvia, mas carece de explanação.

No século XVIII, não havia recursos suficientes para a prevenção ou mesmo para a cura da tuberculose. Hoje, em 2020, se houver uma morte por tuberculose, com todos os recursos médicos, muito provavelmente, constituir-se-á de um caso de violência contra a vida humana. Da mesma forma, se houver uma catástrofe natural, a qual não seja possível prever, todas as mortes decorrentes dela serão consideradas meros acidentes, sem nenhum tipo de violência. Contudo, caso haja descaso ou desprovimento de responsabilidades *a priori*, tratar-se-á, então, de um caso de violência. Nesse sentido, a violência parece estar, claramente, relacionada a uma culpabilidade: ocorrência sem culpabilidade não são casos de violência; ao passo que ocorrências com culpabilidade sim.

Galtung (1969) compreende a *culpabilidade* como sendo fruto de uma equação: na medida em que o potencial de uma ação é maior do que o efetivo e essa ação é evitável, configura-se caso de violência. Quando há inevitabilidade de uma ação, não há violência. A discussão em torno da violência é, portanto, uma análise da própria capacidade de “evitar” a ocorrência de um ato.

Para Galtung (1985), um indivíduo, com expectativa de vida de 30 anos na Idade Média, não poderia, hoje, ter essa mesma expectativa de vida, uma vez que os conhecimentos e que os recursos são, hodiernamente, maiores do que no período. Dessa forma, discute-se o nível de realização potencial de um evento em termos desses dois aspectos. Em uma análise inovadora, o autor discute a monopolização dos conhecimentos e/ou dos recursos, atestando que se ela ocorre (ou mesmo que um grupo os utilize em prol de um determinado propósito), haverá uma violência no próprio sistema.

Conforme reconhece o próprio Galtung (1985), a realização potencial é uma definição teórica altamente problemática. Assim como todas as concepções teóricas, há uma cisão inevitável com a realidade e os aspectos somáticos da vida. Aspectos esses que, para o autor, seriam instâncias mais práticas de acordos. Com isso, a violência é entendida em sua concepção teórica para além da violência direta e física.

A violência é, portanto, um fenômeno de concepção mais ampla do que a pessoal ou direta. Galtung (1985) concebe a autoria da violência para além da pessoa ou do grupo de pessoas. Há uma natureza sistêmica no cerne da violência. Esse tipo de violência não pessoal é

sumamente significativo e é denominado por ele de “violência estrutural” e edifica-se em uma estrutura, manifestando-se como um poder desigual e, conseqüentemente, como oportunidades de vida distintas.

Contudo, mesmo havendo diferenças e caracterizações que lhes sejam próprias, as violências pessoal e estrutural assemelham-se na forma de expressão: podendo ser tanto física, como não. Diferem-se, contudo, na relação sujeito-ação-objeto, a qual não é encontrada na violência estrutural, por estar impressa na estrutura social.

Tratando, especificamente, do conceito de violência estrutural, o autor define o tema como sendo reflexo dos atos efeitos de injustiça social, os quais estão representados como acontecimentos frutos da ausência de um sujeito. Contudo, essa relação construída: sujeito-ação-objeto não é estável, isto é, não se pode atestar sua existência, nem a negar. A violência, portanto, parece ser um acontecimento permanente, natural e atemporal (nos moldes de Émile Durkheim denominava de *fato social*). Os atores da violência, mesmo que atuem e que incidam sobre ela, não a determinam. Isso porque “[...] existem muitos matizes metafísicos entre a plena causalidade e a mera inexistência: além de ‘determinar’, ou de ‘servir como pano de fundo para a ação humana’, as coisas podem autorizar, permitir, sugerir, dar recursos, influenciar, proibir, bloquear” (SPINK; CORDEIRO, 2009, p. 229).

Galtung (1969; 1985) argumenta que a violência pode ter graus diferentes de percepção. Para o autor, a violência direta é sempre mais visível do que a estrutural, uma vez que “o objeto da violência direta percebe usualmente a violência, e pode queixar-se; porém o objeto da violência estrutural pode ser persuadido para não a ver em absoluto” (GALTUNG, 1985, p. 43).

Galtung (1985) metaforiza os tipos de violência com a relação imbricada entre elas e a água: a violência direta seria a própria onda; ao passo que a estrutural é a água, calma, fluída, imóvel.

Claramente, a discussão seria epistemologicamente complexa. Esse, efetivamente, não é o objetivo deste trabalho: objetivamos, ao assumir a noção de violência de Galtung, discutí-la na perspectiva da comunicação, em especial, da violência cultural, que irá focar nos aspectos pelos quais as instituições podem utilizar para transmitir seus discursos como formas de opressão ou manipulação social.

Dessa forma, havendo ou não a relação de dependência entre esses subtipos de violência, há consenso que o trabalho pela paz e pela busca dela é fator suficiente e necessário na garantia da redução da violência por meios pacíficos. Cunha-se, assim, o termo *peace research* (Ciência da Paz), que seria o campo de estudos dedicados a criar condições para a construção e efetivação da paz.

Galtung (2003) avança em sua análise propondo uma nova definição de paz (que, epistemologicamente, não nega a anterior). Inicialmente, o autor compreende a paz enquanto um elemento binário, negativamente marcado quanto à presença da violência, isto é, há paz, quando não há violência (aqui, excluída a discussão específica da definição de violência). Ao avançar na discussão, o autor propõe um caráter transformador na paz, isto é, a paz é a transformação não violenta do conflito.

Claramente, a primeira definição é estática e pressupõe, em seu cerne, uma mera aplicação de elementos que promovam a paz. É interessante destacar que, de uma perspectiva antropológica, a paz é concebida como um elemento alcançado pela violência: Terriff *et al.* (1999) discutem a relação entre o Imperialismo e a Paz, questionando que o discurso que legitima a violência sobre o outro é uma forma de levar aos não civilizados a paz, movimento que foi característico em todos os movimentos de dominação social.

Por sua vez, a segunda definição é dinâmica. Galtung (2003) orienta-a em direção ao conflito e não, apenas, à violência. Significa dizer que o conflito, concebido como causa motivadora da violência (em um sentido aristotélico), é o real “inimigo” a ser combatido. A violência é apenas um reflexo do conflito. Para conhecer (e atingir) a paz, “[...] temos que conhecer o conflito e saber como é possível transformá-lo, tanto de forma não violenta, como criativa” (GALTUNG, 2003, p. 31).

Ainda há que se definir a violência cultural. Galtung (2003) afirma que a violência cultural se refere a aspectos da cultura, em um âmbito simbólico a existência. Existência essa que é materializada por meio da religião, da ideologia, da língua, das artes, das ciências empíricas e das formais; os quais justificam e legitimam a violência independentemente do seu tipo. Indo ao encontro dessa análise, a paz cultural ou cultura de paz parece estar relacionada aos aspectos de uma cultura justificadora da paz positiva e da negativa. De fato, há uma discussão semiótica dos signos da paz: se a estrela de Davi representa o equilíbrio e a paz, por outro, também, representa a perseguição aos judeus durante o regime nazista. Percebe-se que o signo é mútuo e, portanto, paz e violência estão mais imbricadas do que se aparenta.

Galtung (2003) trata dos aspectos da cultura. Aspectos esses que são complexos de, em sua totalidade, serem classificados. Não há um critério suficiente para delimitar o que é um elemento da violência ou da paz. Portanto, para o autor, seria mais correto tratar de amostras de violência cultural em uma determinada cultura. Significa dizer que o aspecto do consumo de álcool da cultura brasileira é uma amostra de violência cultural, em detrimento a taxativas como “a cultura brasileira é violenta”.

No desenvolvimento dos conceitos de violência e de paz culturais, Galtung (2003) estabelece a dimensão da cultura na gênese dos conflitos violentos. A cultura é, pois, elemento motivador, causador e legitimador da paz; mas, também, é a fonte da própria violência. Esse movimento dialético é intrínseco à própria força da violência.

É preciso esclarecer que a transformação simbólica de um dado elemento cultural em signo da violência ou da paz depende, unicamente, do âmbito simbólico no qual ele se insira. Galtung (2003) aponta a importância da propaganda, enquanto elemento desencadeador da formação, da manutenção ou da transformação do conflito em paz. É impossível discutir o genocídio da Alemanha nazista, sem dar a devida importância à propaganda fascista europeia e, especificamente, a nazista alemã. Contudo, esses conceitos são limitados na obra.

O autor os define de forma restrita, construindo uma leitura das formas simbólicas enquanto elementos a serviço da paz ou da violência (direta ou estrutural) somente quando ajudam a representar esses estados como legítimos, isto é, como justos e dignos de apoio. Thompson (2000) avança nessa análise ao discutir as formas estratégicas com que se constroem os símbolos. Com isso, modifica-se a forma como se visualiza os aspectos culturais, para o estabelecimento da paz: unifica-se, fragmenta-se, dissimula-se ou reifica-se o signo.

A título de exemplo podemos discutir a lei do trânsito. Em 2008, passou a vigorar a lei 11.705, conhecida como *Lei Seca*, a qual reduziu a tolerância no nível de álcool no sangue de quem está conduzindo um veículo. Com o referido dispositivo legal, o Código de Trânsito Brasileiro (CTB), que, antes, permitia a ingestão de até 6 decigramas de álcool por litro de sangue (o equivalente a dois copos de cerveja), passou a permitir o nível máximo é de 0,05 mg/l. Mesmo com as campanhas de conscientização e com os riscos efetivos, a população, geralmente, deixa de consumir álcool não por uma remodelação de sua postura, mas por medo da legislação e da punição. Outros, por sua vez, ignoram completamente a legislação. Alguns ainda buscam formas de burlar a lei, fugindo de rotas passíveis de fiscalização ou subornando o sistema (que já se encontra doente). Nesse sentido, mesmo que não legitime o crime, a referida lei enseja práticas que causam o crime.

Van Dijk (2008), ao discutir o racismo, apresenta que as normas e que os valores gerais (e, muitas vezes, a própria lei) proíbem formas explícitas de racismo. Aqueles que cometem tais atos estão sujeitos à punição nos termos da legislação vigente. Nesse sentido, esperava-se que a violência fosse mitigada. No entanto, efetiva-se a mitigação do próprio racismo. Assim, segundo o autor, ao invés de explicitar o preconceito, a discriminação, a escravidão ou qualquer outra forma de violência étnica ou racial, ocorre um movimento de mitigação, reduzindo o racismo ao direito à livre expressão da liberdade interpessoal. O mesmo ocorre com a

homofobia. A violência contra grupos do movimento LGBTQI+ não se estabelece e não se sustenta por ser defendida e legitimada, mas por ser ofuscada ou negada.

Thompson (2000) afirma que as desigualdades institucionalizadas estão ofuscadas na estrutura social, por exemplo, em contextos nos quais não se aceita o trabalhador estrangeiro, que quase nenhum direito tem, denominando-o de temporário. Ou ainda, como aponta Van Dijk (2008), por meio de uma negação: afirmar-se não ser algo (*não somos racistas*), implicaria em uma leitura quase oportunista da língua.

É preciso, seguindo Thompson (2000), ampliar a conceituação de Galtung (2003). Não há paz ou violência, da mesma forma que não há signos a serviço de um ou de outro. Há, na verdade, *sentidos a serviço da paz ou da violência*. Nesse aspecto, a violência cultural passa a referir-se aos aspectos culturais que estabelecem e que sustentam formas de violência direta ou estrutural; ao passo que a paz cultural, aos que estabelecem e que sustentam formas de paz direta ou estrutural.

Thompson (2000) avança na proposta de Galtung (2003) por não se voltar apenas para o âmbito simbólico dos conflitos violentos. As formas simbólicas, para além da criação e da definição da paz e da violência, também, auxiliam na manutenção dessas. Os conflitos não se estabelecem antes do símbolo. Para Thompson (2000), “[...] as formas simbólicas estão, contínua e criativamente, implicadas nas constituições das relações sociais como tais” (THOMPSON, 2000, p. 78). A paz e a violência culturais não são apenas constitutivas, mas, também, constituintes da paz e violência (direta e estrutural), respectivamente.

2.2 A presença da violência na comunicação

Como já antecipado, a publicidade parece ser fator necessário para a manutenção e para a perpetuação de um signo da paz ou da violência. Não se pratica a paz sem divulgar elementos que a componham e vice-versa. É nesse sentido que a presença da paz e da violência nas propagandas é fator de interesse neste trabalho: pensar em como a violência se perpetua não basta, é preciso pensar como atingir a paz sem violência.

Galtung (2003) discute a relação direta entre a paz e a violência, considerando a transposição de signos e de práticas. A questão central é: para se atingir a paz, faz-se necessário seguir um caminho que não seja violento e não seja um caminho de signos de violência. A publicidade, então, que promova a paz, ou que busque modificar as práticas e as relações de violência, convertendo os signos de violência em signos de paz, não pode fazer uso da violência para tanto.

Cook (2001) reitera o poder comunicacional no contexto da publicidade e propaganda. A propaganda pode promover normas de conduta em uma sociedade, bem como sensibilizar a população quanto a problemas sociais. Todos esses elementos são inerentes à própria natureza da propaganda. Contudo, o principal desafio é conseguir alterar os comportamentos utilizando-a: como discutido na seção anterior, leis não são fatores suficientes (mesmo que sejam necessários) para garantir uma remodelação das ações.

Schmeling e Wotring (1980) discutem, também, a ineficácia das campanhas de conscientização. Para os autores, o desconhecimento do público e a falta de empatia e de interesse parecem ser os principais fatores para a ineficácia das peças. Significa dizer que a construção da peça deve causar, inicialmente, um processo de identificação e de catarse – o qual não ocorre. A título de exemplo: em uma campanha de trânsito, a qual incentiva o uso do cinto de segurança, muitas vezes, cria-se uma narrativa de acidentes, violentos e truculentos. Contudo, em vários contextos, quase nunca o público identifica-se com a narrativa (que costuma usar crianças) e quando há certo grau de identificação (ora por se identificar com as caracterizações, como o caso de mães e de pais; ora por haver um sentimento de medo, de horror), a falta de acesso ou desconhecimento histórico parece não contribuir para o desenvolvimento de uma tomada de consciência.

2.3 Dor nos signos iconográficos

Por meio do signo iconográfico, tornamo-nos espectadores de calamidades que ocorrem em outros países ou com outras pessoas. Trata-se de uma experiência moderna, construída séculos após séculos, por representações frutos do jornalismo e do turismo. Nesse sentido, as guerras são formas imagéticas e sons representados no espaço de segurança que temos: ao nos sentarmos em nossas salas seguras, vivenciamos a dor do outro por meio de imagens e de percepções.

Para discutir essa relação, Sontag (2003) apresenta uma discussão em nove tópicos. No primeiro, retoma as observações da escritora americana Virgínia Woolf sobre as fotos da Guerra Civil Espanhola. Segunda a autora, Woolf representa, por meio de suas fotografias, percepções que lhes são próprias, por exemplo, a escritora constrói imagens que transmitem mensagens por si mesmas, sem a necessidade de legendas, uma vez que o arbitrário da guerra é o que efetivamente importa. A autora revela que a fotografia é um recurso iconográfico mutável e que depende de sua legenda: a partir dela, seu sentido é modificado. O espectador, então, é levado a interpretar a dor do outro de forma pacificadora ou não.

Apenas ver, sem uma postura reflexiva e questionadora, é irrelevante. As fotos compiladas na obra retratavam diretamente a experiência da guerra: dilaceramentos, despedaçamentos, esquartejamentos e devastação. Por meio dessa experiência, seríamos capazes de sofrer juntamente com os que sofreram. Sontag (2003) compreende que essa forma de perceber o horror é extremamente invasiva: “[...] se o horror pudesse ser apresentado de forma bastante nítida, a maioria das pessoas finalmente apreenderia toda a indignidade e a insanidade da guerra” (SONTAG, 2003, p. 17).

Claramente, esse processo não é e nunca será produtivo e eficaz. Nesse sentido, a autora reflete sobre o flerte das câmeras com a morte e com a dor. Sontag (2003) aborda a evolução das câmeras, atestando uma dinamicidade. A evolução é nítida: entre os anos de 1936 e 1939, a Guerra Civil Espanhola estampou todos os grandes jornais mundiais. Já em 1945, durante a Segunda Guerra Mundial, os filmes de 35 mm possibilitaram uma dinamicidade maior. Contudo, somente durante a Guerra do Vietnã, houve uma cobertura televisiva quase *in time*. O avanço tecnológico contribui para o aumento da dinamicidade do fluxo de informações. Em contrapartida, colocou a dor, a morte e a destruição em uma posição de intimidade dos espectadores, fazendo com que as catástrofes fossem representações surreais, distantes da realidade. Para a autora, “[...] a fotografia oferece um modo rápido de aprender algo e uma forma compactada de memorizá-la” (SOTANG, 2003, p. 23).

Esse poder de aproximar ou de distanciar vai muito mais além do que um mero registro histórico. No terceiro tópico, Sontag (2003) apresenta uma breve descrição da evolução iconográfica do sofrimento. A autora apresenta uma série de obras, as quais refletem o sofrimento, “[...] destinadas a comover e estimular, instruir e dar exemplo. O espectador pode condoer-se ante a dor do sofredor” (SOTANG, 2003, p. 37).

A autora constrói a relação indissociável entre a guerra e a fotografia. Não há guerra, sem fotografia. A fotografia e as imagens contribuem para uma representação mais real do que é um conflito armado. Já no quinto tópico, a autora dedica-se a refletir sobre o poder de memória das fotografias. Segundo a autora, “[...] toda memória é individual, irreproduzível [...] o que se chama de memória coletiva não é uma rememoração, mas algo estipulado” (SONTAG, 2003, p. 73).

Sontag (2003), no sexto tópico, discute o aspecto mórbido da contemplação da dor: há, em alguns contextos, uma aberração rara, que faz sentir “[...] atração por esse tipo de imagem não é rara e constitui uma fonte permanente de tormento interior” (SONTAG, 2003, p. 80). Para a autora, a violência, enquanto objeto de contemplação, é codificada por imagens atroz, as quais atendem a diversas necessidades do *id* do homem: deixando o homem sensível, corrigindo

suas ações, tornando-o mais forte. Claramente, essa postura é questionável: em uma postura pacifista, educar pela violência não contribui com a busca pela paz.

A autora questiona, ainda, por meio do tópico sete, o papel da mídia. Para ela, mesmo havendo verossimilhança entre a imagem capturada e a realidade, a forma como essa imagem é construída contribui para seu processo de significação. A autora aponta ainda que as pessoas, ao serem colocadas diante de cenas de violência, não são totalmente insensíveis. Contudo, em uma sociedade do espetáculo, os espectadores são reduzidos a meros consumidores da notícia, apenas vivenciando, mas não interagindo com ela.

O penúltimo tópico discute a força com que as imagens e as narrativas de dor e de violência nos atingem. Para a autora, essas imagens constroem um repertório de dor, nos espectadores. Por fim, a autora pontua, no último tópico, que a análise das imagens deve ocorrer sempre como advertências, como objetos de contemplação. Objetos esses que se destinam a aprofundar os sentidos de realidade. É um processo de ressignificação.

A proposta da autora é avançar na representação: deixa-se de lado uma visão que apenas reproduz as tragédias, causando repulsa e dor, para uma postura otimista. A seriedade dos fatos deve contribuir para uma reformulação de ações, deixando-se de lado apenas a postura de representação e de memória: assume-se uma postura de reflexão, fazendo com que a memória perdure.

2.4 Pandemias e a vivência humana

Como já discutido, as violências sociais e a dor são recursos possíveis e passíveis de serem encontrados em diversos momentos da vivência social. Historicamente, as sociedades humanas passaram por diversos momentos de tensão social, cultural, sanitárias etc.; nos quais parece haver um mosaico de identidades, de atitudes, de valores, de crenças e de padrões que instanciam comportamentos de poder. Na contramão dessa forma de instanciar as relações humanas, Boulding (2002) afirma que uma comunicação para a paz levaria a uma interação e negociação entre os indivíduos, o que culminaria em uma relação criativa e alternativa que evidencia e denuncia essas mesmas relações de poder.

Revisitando Galtung (1984), a implicação do termo *ausência de guerras* é semelhante ao termo *saúde*, para as ciências médicas. Uma condição de *saúde* não implica, apenas, a ausência de doenças. Cabral e Salhani (2017, p. 3) apontam que a noção de saúde, “[...] abrange, também, a manutenção de um corpo saudável, capaz de resistir a doenças”.

Nesse sentido, Araújo e Cardoso (2007) explicam que a saúde e que a comunicação são dois campos de interação que parecem imbricados, indissociáveis e, até mesmo, semelhantes. Assumindo essa proposição como verdadeira, é possível dizer que a comunicação para a paz implica em um movimento de tornar saudável a comunicação, afastando tanto a violência, como construindo mecanismos de orientação, de transmissão de informações e de quaisquer outros objetivos que sejam instanciadores de uma relação de paz. Para Campos (2016), observa-se essas duas áreas como um conjunto de elementos articulados por meio de características em comuns, às quais acrescentamos uma busca pela cultura pela paz.

Nesse sentido, pensar de que forma as relações de comunicação ocorrem em campanhas de conscientização da área da saúde, implica considerar dois grandes aspectos, quais sejam: (i) de que forma essas relações constroem-se e (ii) de que forma elas privilegiam uma comunicação para a paz.

Assumindo ser possível esse diálogo, orientamo-nos, agora, a uma análise das pandemias, especificamente, por tratarem de um momento de sororidade e de dor do outro, quase em uma perspectiva discursiva. Barata (1987) afirma que, desde o início da história do ser humano, as epidemias (e suas variações) são discutidas em certo grau e em certa medida. Muitas vezes, algumas ganham mais destaque que outras, ora por sua documentação, ora por sua capacidade destrutiva.

2.4.1 COVID-19

Zhu e colaboradores (2020) identificam o mês de dezembro de 2019 como o estopim para o que seria uma das maiores remodelações históricas em nível de saúde pública do século. O coronavírus é um vírus zoonótico da família *coronaviridae*, responsável por infecções respiratórias, identificadas pela primeira vez em 1937. Até o momento foram identificados alguns tipos, dentre os quais se destacam (i) o alfa coronavírus HCoV-229E, (ii) o alfa coronavírus HCoV-NL63, (iii) o beta coronavírus HCoV-OC43, (iv) o beta coronavírus HCoV-HKU1, (v) a SARS-CoV (conhecida como SARS), (vi) o MERS-CoV (causador da síndrome respiratória do Oriente Médio) e, a partir de 2019, (vii) a SARS-CoV-2, batizada de COVID-19.

Para este trabalho, é importante uma revisão breve da literatura médica e biológica, a fim de chegarmos a um ponto consensual de que: o isolamento social, enquanto medida preventiva, parece ser a única medida eficaz contra a expansão do vírus. Oliveira e colaboradores (2020) apontam que o espectro clínico de infecção pelo novo coronavírus é muito

amplo e pode variar desde um simples resfriado (com leves ou nenhum sintoma) até uma pneumonia grave.

As pessoas com COVID-19 geralmente desenvolvem sinais e sintomas, incluindo problemas respiratórios leves e febre persistente, em média de 5 a 6 dias após a infecção (período médio de incubação de 5 a 6 dias, intervalo de 1 a 14 dias). A febre é persistente, ao contrário do descenso observado nos casos de influenza. A febre pode não estar presente em alguns casos, como, por exemplo, em pacientes jovens, idosos, imunossuprimidos ou em algumas situações que possam ter utilizado medicamento antitérmico. A doença em crianças parece ser relativamente rara e leve, com aproximadamente 2,4% do total de casos notificados entre indivíduos com menos de 19 anos. Uma proporção muito pequena de menores de 19 anos desenvolveu doença grave (2,5%) ou crítica (0,2%) (OLIVEIRA LIMA, 2020, V).

Freitas, Napimoga e Donalisio (2020) afirmam que, desde o início do surto, parece haver um consenso das organizações e dos médicos quanto às formas de prevenção de infecção. É preciso destacar que a produção, em massa ou não, de uma vacina é muito incipiente, uma vez que a análise do sistema celular e proteico do vírus é lenta e os protocolos para testes de vacinas em humanos devem ser respeitados. Nesse cenário, os autores apontam que, indo ao encontro das orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS), de março de 2020, o distanciamento social é a medida, aparentemente, mais eficaz na diminuição de infecções por coronavírus.

Farias (2020) discute a existência de um descompasso entre as orientações médicas vindas da OMS e dos órgãos reguladores e as ações individuais ou de grupo dos sujeitos, que, em certa medida, parecem mais preocupadas com uma possível garantia mínima econômica do que com a real motivação para o isolamento: a saúde pública e a questão sanitária.

À luz dessa breve contextualização, passaremos a uma descrição da metodologia adotada no desenvolvimento deste trabalho.

3 MÉTODOS DE ANÁLISE

Neste capítulo, apresentamos os aspectos que fundamentam nossa análise à luz de uma combinação de metodologias (a análise de imagem (BARTHES, 1984) e a análise de conteúdo (BARDIN, 1977)), da macrocampanha de conscientização sobre o distanciamento social, como forma de prevenção à pandemia do novo coronavírus (Covid-19). Como já anunciado, trata-se de uma campanha em nível nacional, fomentada pelo Ministério da Saúde e que vai ao encontro das propostas de prevenção da Organização Mundial da Saúde.

Para tanto, analisaremos uma macrocampanha em formato digital com várias peças comunicacionais, disponibilizadas no portal do Governo Federal para acesso gratuito.

3.1 Análise de imagens

Para Souza e Santarelli (2006), o objeto de análise da semiótica francesa, desde 1960, é a publicidade; em decorrência do trabalho desenvolvido por Roland Barthes. Dando sequência ao que foi proposto por Saussure (2012), Barthes propôs uma análise estrutural da imagem publicitária em seu artigo “Retórica da imagem”. Esse tipo de análise encontra sua metodologia na Semiótica, cujo objetivo é a análise da significação por meio da análise de signos e de símbolos como parte da comunicação. Diferencia-se da Linguística, pois estuda sistemas de signos não-linguísticos também.

A fotografia, segundo Barthes (1972), constitui-se de uma mensagem. Em um sentido estrito, mensagem é o objeto central da comunicação. Conforme aponta Jakobson (1991), em um dado contexto, um signo (verbal ou não verbal) é aplicado tanto ao conteúdo da informação quanto à forma como se apresenta. Ou seja, uma mensagem, dentro da teoria da comunicação, é quase sempre enviada de um emissor para um destinatário. Contudo, para Jakobson (1991), há que se considerar algumas definições: (i) a mensagem tem como matéria qualquer pensamento ou ideia expressa em uma linguagem aberta (uma língua natural) ou secreta (um código específico), preparada de uma forma passível de transmissão por quaisquer canais e (ii) há, sempre, uma quantidade específica e delimitada de informação (nenhuma informação é infinita ou carrega em si elementos suficientes para ser efêmera).

Inicialmente, os estudos de Roman Jakobson apenas consideravam a língua escrita, dada a materialidade dos textos com os quais trabalhava: poesia. Em um segundo momento, passaram a considerar textos escritos e verbais. Contudo, somente com Barthes avança-se na

variabilidade de formas de expressão e de transmissão de uma determinada mensagem. É nesse sentido que a imagem ganha destaque e presença.

A fotografia é uma mensagem, cuja totalidade é constituída por todos os elementos suficientes e necessários para a construção de um processo de comunicação. A mensagem transmitida por meio de fotografias ou de imagens nunca é uma representação direta da realidade. Talvez, por se tratar de uma réplica, possa passar essa falsa ideia. Aqui, não entraremos na discussão epistemológica da realidade (ou não) da representação. Todavia, é possível discutir o caráter simbólico e mítico da imagem/fotografia.

Barthes (1972) discute o caráter de apropriação de um discurso, por meio do mito, com vistas a camuflar a realidade. Dessa forma, o processo de conotação e de denotação de uma imagem é bem mais complexo do que uma palavra utilizada em um sentido figurado: se a imagem é, por si só, uma figura, qual seu verdadeiro significado? Qual seu sentido denotado?

Se revisitamos a obra de Barthes, encontramos em uma clara relação entre as imagens e a linguagem verbal: essa ajuda a compreender aquelas, de duas formas. A *ancoragem* é encontrada em publicidade e em fotografias jornalísticas; a mensagem linguística explica a imagem restringindo sua polissemia. A segunda forma, *etapa*, estabelece-se na complementaridade entre imagem e texto: a mensagem linguística explica o que a imagem não conseguiria fazer isoladamente.

Fontanari (2016) afirma que essa relação advém da obra *Mitologias* de Barthes. Para o autor, Barthes vê o mundo existir somente por meio da linguagem, mesmo que, avançando na proposta dos estruturalistas, estivesse atento à realidade social. Para Fontanari (2016), Barthes constrói um questionamento de como a indústria cultural mascara a realidade. Nesse sentido, a comunicação de massa tem o poder de naturalizar a linguagem, fazendo com que palavras passem pelas coisas. Assim, dá-se a interação entre a mensagem linguística e a imagem: a imagem possibilita que a mensagem seja, em um primeiro nível, transmitida. Cabendo à linguagem verbal, apenas esclarecer, por meio de ancoragens e de etapas, qual ou quais os significados a serem restritos dessa análise.

Barthes (2006) afirma que a conotação é uso do mítico da linguagem. Significa dizer que os mitos impõem um sentido secundário à língua e, portanto, à imagem. As imagens, então, estão sujeitas a uma leitura conotativa, por meio da qual manifestariam formalmente a ideologia.

Tal ocorrência permitirá a Barthes (2006a) identificar a manifestação formal da ideologia no uso instrumental da língua – afinal, todos sentidos sociais,

culturais, históricos, políticos, religiosos, psicológicos que o signo arrasta, quando é atualizado na fala – e assim efetivar a passagem da crítica ideológica à crítica semiológica, sem que, com isso, o viés político se apague ou impregne o fundo de suas análises (FONTANARI, 2016, p. 147).

Interessa-nos, então, pensar de que forma as imagens relacionam-se nesse percurso. Em 1980, Barthes publica seu ensaio *A câmara clara*, no qual, apesar de aludir e de tratar diretamente da fotografia (inclusive em seu subtítulo), o autor discorre sobre a metáfora ancestral da perspectiva. A câmara é remontada em sua ancestralidade, como aponta Fontanari (2016)

[...] rememora esse ancestral da câmara escura que originará posteriormente a caixa preta do aparelho fotográfico, a câmara clara, que consiste num processo bastante simples e rudimentar de fabricação de imagem, por meio de um processo ótico que obtém a imagem por cópia direta, o leitor depara-se aí com um “canto” de poetização extrema (FONTANARI, 2016, p. 150).

Nesse sentido, se analisamos uma imagem, devemos compreender que ela carrega, em si, um sentido puramente denotativo. Ao observarmos uma campanha de conscientização, por exemplo, de combate à dengue (GOMES, 2016), denotativamente, os elementos que ali estão presentes significam, por si só, um conjunto de significados próprios, claros e específicos. Contudo, em uma segunda análise, mais aprofundada, encontramos significados subjacentes.

Após a análise da mensagem linguística (quando ela estiver presente), devemos utilizá-la para identificar e ancorar os significados conotados pela imagem. É nessa relação que encontramos os aspectos simbólicos de uma imagem. Fontanari (2016) destaca ainda que o nível denotativo depende, diretamente, do conhecimento e da inserção cultural do leitor: se tomamos as imagens dos trabalhos iniciais de Barthes (propagandas de venda de produtos franceses), somente conseguimos chegar a um detalhamento do nível conotativo, graças a uma contextualização.

Na análise das imagens, Barthes (1984b) assume a existência de uma retórica da imagem (que muito se assemelha à retórica verbal). Para o autor, as imagens são, em sua natureza, polissêmicas, o que implica a existência de uma “cadeia flutuante de significados” subjacente a seus significantes (semelhante à proposta de Saussure para o signo linguístico, sem considerar, contudo, os níveis mental, fisiológico e físico do processo de comunicação).

O processo de compreensão implica considerar o *studium* (a fotografia que informa e que comunica o sujeito observado) e o *punctum* (que advém da própria imagem). A produção de efeitos de sentido depende, portanto, dessa retórica construída. “As retóricas variam

fatalmente pela sua substância [...], mas não forçosamente pela sua forma; é mesmo provável que exista uma única forma retórica, comum, por exemplo, ao sonho, à literatura e à imagem” (BARTHES, 1984, p. 39).

Do exposto, identificamos em Barthes e em sua retórica da imagem, elementos suficientes e necessários para decifrar os objetos de persuasão e de sedução apresentados na imagem, sintetizando sua polissemia. Como delineia Barthes (1984), a imagem não atesta, necessariamente, a arte de seu produtor, uma vez que ela apenas transmite a mensagem que precisa (ou que deve, ou que querem que seja) encontrada nela. Isso é um elemento fundamental na percepção de que as imagens se organizam de forma retórica: é um uso quase pragmático e interacional.

3.2 Análise de conteúdo

A forma como se estuda e se analisa um determinado conjunto de elementos fenomenológicos do mundo sofre alteração com o avanço ou com as mudanças imbricadas e influenciadas por fatores sociais, históricos, culturais e outros que sejam relevantes. Nesse sentido, em um primeiro momento, as mensagens eram codificadas e interpretadas à luz de um movimento político e social, quase sempre relacionado ao controle de informações como recurso para dominar.

Hoje, a análise de conteúdo define-se como um conjunto de elementos metodológicos, que analisam diferentes conteúdos (verbais ou não). Nesse sentido, é possível antecipar a motivação metodológica que nos leva a combinar elementos da análise de imagens de Barthes e da própria análise de conteúdo.

Para Freitas, Cunha e Moscarola (1997), a interpretação e a análise de conteúdo estruturam-se em dois polos centrais, a saber: (i) objetividade e (ii) subjetividade. Nesse sentido, parece haver uma proximidade entre a análise de conteúdo e a de imagens, uma vez que ambas trabalham com um rigor denotativo/objetivo e na fecundidade do conotativo/subjetivo.

A análise de conteúdo, por sua vez, distancia-se da análise de imagem, por apresentar um rico percurso de etapas e de passos. Bardin (2011) constrói um método que se organiza em três fases, a saber: (i) pré-análise, (ii) exploração do material e (iii) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Na fase de pré-análise, desenvolve-se a sistematização das ideias iniciais, postuladas pelo referencial teórico, além do estabelecimento de indicadores para a interpretação das informações. Nessa fase, o pesquisador procede a uma leitura geral do material selecionado

para a análise, organizando-o. Em um primeiro momento, o da *leitura flutuante*, tem-se o primeiro contato com os documentos da coleta, para, em seguida, formular o *corpus* de análise. Após esse momento, formula-se uma hipótese e os objetivos da análise, que surgem desse primeiro contato com o *corpus*. Por fim, elabora-se os indicadores de análise, a fim de interpretar o material coletado.

Bardin (1977) ressalta que a seleção do *corpus* e, por conseguinte, dos dados deve obedecer a um conjunto de regras. A primeira refere-se à *exaustividade*, ou seja, a condescendência de todos componentes que constituem o *corpus*. Nesse sentido, nenhum dos elementos de significação ou que sejam relevantes para o *corpus* podem ser deixados de fora. A *representatividade*, segunda regra de Bardin, trata de uma seleção que deva ser relevante e garantir uma amostra que seja representativa de um universo inicial. A regra da *homogeneidade* implica em documentos que obedecem a critérios de escolha específicos, previsto *a priori*, a partir da primeira fase. A quarta e última regra, *pertinência*, trata da verificação da fonte: se ela está adequada aos objetivos gerais.

A partir dessas regras, compõe-se o *corpus* e seleciona-se os tipos de documentos que dele farão parte. Nessa fase, intermediária, reúne-se todo o material e formaliza sua organização, destacando os aspectos analíticos feitos na fase inicial. Em seguida, inicia-se a segunda fase: a de exploração desse material. Nela, o material em análise é codificado por meio de recortes, de agregações e de enumerações, com base em regras textuais específicas. Bardin (1977) explica que os materiais serão analisados em termos de seus parágrafos, de seus períodos, de suas frases, de suas palavras, de suas unidades semânticas etc. Esses elementos identificados são denominados de *categorias iniciais* e, em segundo momento da análise, agrupam-se em unidades temáticas. Dessas, surgem categorias gerais.

Fossá (2003) explica que, a partir da formulação dessas categorias, que possibilitam análises mais amplas e dinâmicas, inicia-se a terceira fase. Nessa fase, Bardin (1977) compreende o tratamento dos resultados, das inferências e das interpretações com o objetivo de chegar à captação de um conteúdo geral, manifesto e latente aos documentos em análise.

Sintetizando, o método de análise de conteúdo compreende as seguintes fases:

- 1) Leitura geral do material coletado (entrevistas e documentos);
- 2) Codificação para formulação de categorias de análise, utilizando o quadro referencial teórico e as indicações trazidas pela leitura geral;
- 4) Recorte do material, em unidades de registro (palavras, frases, parágrafos) comparáveis e com o mesmo conteúdo semântico;
- 5) Estabelecimento de categorias que se diferenciam, tematicamente, nas unidades de registro (passagem de dados brutos para dados organizados). A formulação dessas categorias segue os princípios da exclusão mútua (entre

- categorias), da homogeneidade (dentro das categorias), da pertinência na mensagem transmitida (não distorção), da fertilidade (para as inferências) e da objetividade (compreensão e clareza);
- 6) agrupamento das unidades de registro em categorias comuns;
- 7) agrupamento progressivo das categorias (iniciais → intermediárias → finais);
- 8) inferência e interpretação, respaldadas no referencial teórico (SILVA; FOSSÁ, 2015, p. 4).

Dessa forma, o método de análise de conteúdo se constitui como um conjunto de técnicas utilizadas para a análise de dados qualitativos, o que vai ao encontro de uma proposta que pretende analisar os aspectos gerais da análise de imagem de Barthes.

3.3 Contextualização temática

Como já discutimos, o ano de 2020 ficou marcado na história da humanidade por uma das piores, senão a mais avassaladora, pandemia do século XXI. É preciso destacar que a pandemia do coronavírus tem afetado todos os setores da sociedade, de forma intensa, deixando profundos impactos sociais, econômicos, culturais e políticos.

O coronavírus é um subtipo de Síndrome Respiratória Aguda Grave. A Covid-19 é causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 (transmitido a humanos pelo consumo de carnes de animais silvestres). De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS, 2020), o quadro sintomático varia de uma infecção assintomática até um quadro respiratório grave. Nesse cenário, uma grande parcela (80%) dos infectados seriam assintomáticos, o que inviabiliza uma análise epidemiológica confiável. Dos 20% sintomáticos, todos necessitam de algum tipo de atendimento hospitalar e, desses, 5%, em média, necessitam de suporte respiratório, em decorrência de uma insuficiência ou, mesmo, de uma falência respiratória.

Diferentemente de outras doenças, como o ebola, o coronavírus, por ter uma grande quantidade de pacientes assintomáticos (mas que, ainda assim, são vetores da doença), parece ter uma prevenção ou um controle mais complexo.

3.1.1 Definição biológica

Descoberto em dezembro de 2019, pelo Hospital de Virologia de Whuan, o novo coronavírus é um subtipo de vírus da família dos *coronaviridae*, responsáveis por infecções respiratórias moderadas a grave, que é encontrado também em animais. Diferentemente do que se tem acreditado, a Covid-19 não é o primeiro caso de coronavírus identificado em seres

humanos. Em Editorial da Revista de Saúde Pública, de São Paulo, Silva (2003) explica que os primeiros casos de coronavírus foram isolados em 1937, mas sua descrição deu-se somente em 1965. O coronavírus é extremamente comum na vida humana, desde a infância até a velhice, distinguindo-se pela severidade com que acomete o sistema respiratório.

Os sintomas de infecção da Covid-19 são variáveis e podem levar a uma identificação com um simples resfriado até uma pneumonia severa. Entre os mais comuns, encontram-se tosse, febre, coriza, dor de garganta, dificuldade para respirar (que varia de leve a grave). Para a OMS (2020), a dificuldade para respirar moderada a grave parece ser o principal e mais específico sintoma da Covid-19, que a diferencia de resfriados.

A transmissão ocorre via contato entre um infectado e um não infectado. O contato pode ser direto (toques, saliva, espirro, tosse, etc.) ou indireto (alguém infectado objetos ou superfícies que, uma vez contaminados, servirão como vetores para pessoas não infectadas).

O diagnóstico de infecção é realizado em dois estágios. O primeiro, na anamnese, o profissional identifica sintomas de um quadro respiratório agudo, que se caracteriza por febre (ou estado febril), acompanhada de tosse ou de dor de garganta ou de coriza ou de dificuldade respiratória. Nesse cenário, a dificuldade respiratória pode indicar um quadro de Síndrome Respiratória Aguda Grave, com sintomas variados, a saber: (i) desconforto respiratório/dificuldade para respirar, (ii) pressão persistente no tórax. (iii) saturação de oxigênio menor do que 95% em ar ambiente ou (iv) coloração azulada dos lábios ou rosto.

Caso o paciente apresente esses sintomas, somente com o exame laboratorial será possível detectar a infecção pela Covid-19. Contudo, como o exame laboratorial demora, o histórico de contato pode indicar também a infecção ou auxiliar na prevenção. Segundo a OMS (2020), o diagnóstico pode ser realizado também a partir do histórico de contato próximo ou domiciliar com algum infectado ou suspeito, nos últimos 7 dias antes do aparecimento dos sintomas.

Diferentemente de outros vírus, como, por exemplo, o ebola (que apresenta escoriações em infectados) ou o HIV (que carece de prevenção sexual), a Covid-19 não apresenta uma facilidade em sua identificação, pois (i) 80 % dos casos são assintomáticos e (ii) pode haver demora no exame laboratorial. As recomendações de prevenção são quanto à higiene, a saber: (i) lavagem das mãos, (ii) higienização de compras, (iii) uso de máscaras etc. Nesse sentido, a OMS (2020) explica que o distanciamento social e que a ausência de aglomerações parece ser um dos fatores eficazes na proteção e na prevenção da doença. Mantendo uma distância mínima de 2 metros de qualquer pessoa tossindo ou espirrando e evitando sair de casa em casos suspeitos, auxilia na diminuição da propagação e do quadro de infectados.

3.2 Distanciamento social

A necessidade de discutir campanhas de conscientização, no que diz respeito à pandemia da Covid-19 é fator de extrema importância para a ciência contemporânea. A variação de informações prestadas por essas propagandas varia desde simples orientação midiática e não formal, valendo-se de enunciadores isentos de um lugar de fala prestigiado, até o uso de enunciadores legitimados pelo discurso constituinte da ciência (MAINGUENEAU, 2007).

A fim de identificar essas possíveis produções de sentido produzidas pela comunicação dessa macrocampanha, nos interessa observar o discurso do distanciamento (a medida mais eficaz na prevenção ao contágio do novo coronavírus) e o discurso do fim do distanciamento (relacionado à economia e a uma tentativa de reabertura das atividades).

Para Senhoras (2020), os impactos da COVI-19

[...] possuem repercussões econômicas assimétricas, tanto, de natureza transescalar, quanto, de natureza intertemporal, gerando assim efeitos de transmissão que ressoam no espaço e no tempo de modo distinto conforme o grau de sensibilidade e vulnerabilidade macroeconômica dos países e microeconômica das cadeias globais de produção e consumo. As repercussões assimétricas de natureza transescalar acontecem à medida que internacionalmente todas as regiões do mundo foram afetadas humanamente pelo surto, o que gerou tensões inicialmente em vários mercados financeiros com queda de ativos, e em um segundo momento impactos negativos na produção e no consumo ao longo das semanas em função do desabastecimento das cadeias de distribuição de produtos *made in China* (SENHORAS, 2020, p. 39).

Essa disparidade entre os discursos é, então, fator de reflexão nas campanhas de prevenção e de conscientização dos governos. Parece haver um movimento duplo: de um lado, a necessidade de manutenção dos sistemas econômicos; de outro, a necessidade de proteger a vida.

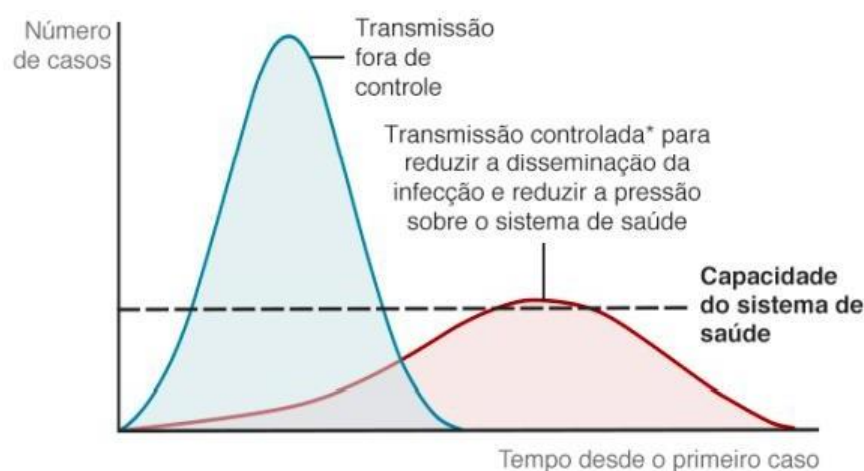
Dentre as várias medidas tomadas, na tentativa de diminuir e de desacelerar o contágio pelo novo coronavírus, Schuchmann *et al.* (2020) explicam que o distanciamento ou isolamento social, em um cenário em que não há vacinas ou tratamento adequado, parece ser o mais eficaz mecanismo. De acordo com WHO (2020), o vírus não tem barreiras sociais, isto é, ele afeta indivíduos, independentemente, de faixa etária, de sexo ou de orientação sexual, de raça, de nacionalidade, de grupo social. Mesmo havendo grupos mais vulneráveis (idosos, com mais de 60 anos e comorbidades), há casos de infectados e de mortos em todos os grupos.

Niu e Viu (2020) explicam que o isolamento de pacientes não é um fator de cura ou um fator de eliminação do vírus, mas, sim, uma forma de garantir que os não infectados estejam livres da infecção e que o sistema de saúde consiga se manter ativo. Na contraparte,

[...] a quarentena pode ser definida como a restrição de atividades ou a separação de pessoas que não estão doentes, mas que podem ter sido expostas ao agente infeccioso, com o objetivo de monitorar os seus sintomas e assegurar a detecção precoce da doença [...] teve sua origem em Veneza (Itália), no século XIV, onde os navios que chegavam de portos infectados pela praga eram obrigados a permanecer ancorados por 40 dias antes do desembarque, na tentativa de se evitar uma epidemia [...] (SCHUCHMANN *et al.*, 2020, p. 3560).

Nesse sentido, a relação direta entre o isolamento social e a curva de infectados é clara. A Figura 1 explica essa relação.

Figura 1 – Curva de contaminação e isolamento ou distanciamento social.



Fonte: Schuchmann *et al.* (2020, p. 3563).

Para Schuchmann *et al.* (2020), a pandemia da Covid-19 parece ser mais severa do que outras, em decorrência de um esgotamento dos sistemas hospitalares, que não possuem capacidade para atender a alta na quantidade de internações nas UTIs. O isolamento social não é a forma de prevenir ou de curar a infecção, mas, sim, é uma forma de desafogar os sistemas de saúde, garantindo que o suporte hospitalar não esteja sobrecarregado. “Por isso, o isolamento horizontal tem se mostrado como uma alternativa eficaz, uma vez que diminui a velocidade de propagação do vírus” (SCHUCHMANN *et al.*, 2020, p. 3563).

O respeito a essa medida parece ter garantido a estabilidade dos sistemas de saúde. Contudo,

[...] no Brasil, o desenho da curva epidêmica a partir de dados oficiais pode mascarar o cenário real da epidemia. Questões adicionais quanto à extensão territorial e diferenças regionais podem não refletir a realidade enfrentada pelos Estados, se colocadas num único gráfico da curva epidêmica. À exemplo disso, estados como Amazonas, Pernambuco, Ceará, São Paulo e Rio de Janeiro, já enfrentam em alguns municípios o início do colapso da rede hospitalar, com superlotação da Unidades de Terapia Intensiva. Em contrapartida, outros estados ainda convivem com número controlado de casos, mas ainda sem preocupações quanto a estrutura hospitalar de retaguarda (SCHUCHMANN *et al.*, 2020, p. 3565).

A partir dessa observação do cenário real, é preciso analisar e considerar de que forma as campanhas de conscientização para o isolamento ou distanciamento social estão sendo feitas e quais as estratégias utilizadas.

3.3 *Corpus de análise*

Para pensarmos o desenvolvimento deste trabalho, adotamos a macrocampanha de conscientização *Juntos somos mais fortes*, lançada pelo Governo Federal em 14 de março de 2020 e sob responsabilidade do Ministério da Saúde. A campanha é, assim como outras atividades, uma forma de ampliar a divulgação de informações e de oferecer ainda mais orientações, combatendo informações falsas (*Fake News*).

Segundo portal do Governo Federal, a Secretaria Especial de Comunicação da Presidência da República (Secom) em parceria com o Ministério da Saúde, desenvolveram a campanha que buscou oferecer informações para que a população se mantivesse informada e apta a lidar com eventuais casos de contaminação pelo vírus.

A campanha tem o apoio de marcas, instituições, veículos de comunicação e celebridades. As peças publicitárias apresentam profissionais conhecidos em diversas áreas de atuação, como jornalismo, medicina, esporte e TV, oferecendo informações sobre prevenção, sintomas e ações em caso de suspeita da doença. Os materiais da ação serão veiculados em aeroportos, rodoviárias, meios digitais, TV, rádio, jornais e revistas. Toda a população também pode participar compartilhando os materiais disponíveis (BRASIL, 2020, *s/p*).

A macrocampanha possui várias peças comunicacionais que foram previstas para serem divulgadas via redes sociais e agrupadas em cinco subgrupos, a saber: (i) WhatsApp (com 17 peças), (ii) Twitter (com 12 peças), (iii) Instagram (com 7 peças), (iv) Facebook (com 11 peças)

e (v) Stories (com 20 peças). Ao todo, são 67 (sessenta e sete) peças. Por se tratar de uma quantidade muito elevada de peças, adotamos alguns critérios para a formulação do *corpus*.

Excluimos da análise peças de *stories*, uma vez que servem para várias redes sociais. Em seguida, para obtermos uma análise que seja estatisticamente relevante, procedemos a uma análise comparativa entre a quantidade de brasileiros que fazem uso de redes sociais e a quantidade de peças a serem utilizadas. Para tanto, valem do relatório *Digital in 2019*, produzido pelo *We Are Social* (2019).

De acordo com o relatório, 66% da população utilizam alguma rede social, como indica a Figura 2.

Figura 2 – Utilização das redes sociais.



Fonte: We Are Social (2019).

Para seguirmos uma análise estatisticamente relevante, adotamos a mesma proporção de cada uma das redes sociais em quantidade de amostra. Significa dizer que selecionaremos para cada rede social 66% do total para nossa análise, o que indica, de acordo com o Quadro 1, a quantidade de peças selecionadas.

Quadro 1 – *Corpus* numericamente computado.

Rede Social	Quantidade	66% (aproximadamente)
WhatsApp (W)	17 peças	11,22 (11 peças)
Twitter (T)	12 peças	7,92 (8 peças)
Facebook (F)	11 peças	7,26 (7 peças)
Instagram (I)	7 peças	4,62 (4 peças)

Fonte: elaborado pelo autor.

A partir disso, procedemos a uma seleção de amostragem probabilística de amostra aleatória simples (VIEIRA, 2011). Esse tipo de amostra consiste em selecionar, por meio de um sorteio sistêmico, uma quantidade de dados a serem analisados de um universo. Utilizamos o *software* Bioestat para o sorteio aleatório de cada uma das amostras. Desse sorteio, selecionamos as seguintes peças, indicadas nas Figuras 3 a 11, para os dados levantados para a rede social WhatsApp⁵.

Figura 3 – Peça W-1.



Fonte: Brasil (2020).

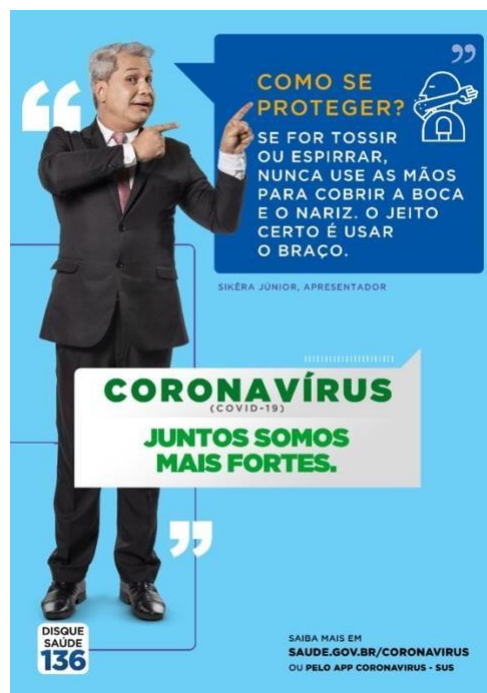
⁵ Adotamos como codificação padrão um conjunto de uma letra e de um número, que indica a rede social (cf. Quadro 1) e uma referência à peça.

Figura 4 – Peça W-2.



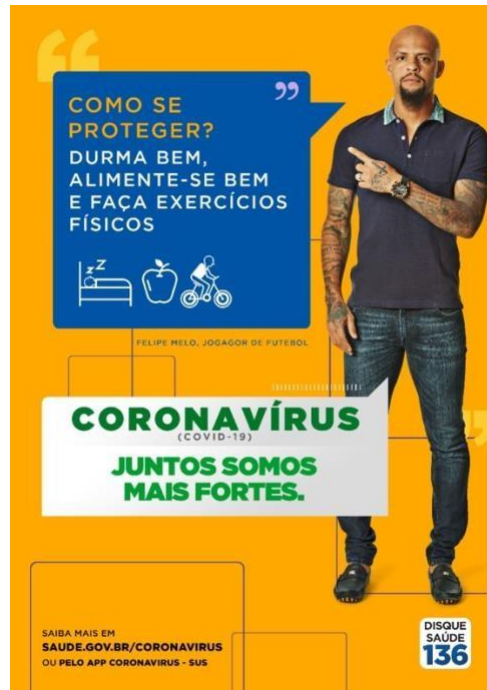
Fonte: Brasil (2020).

Figura 5 – Peça W-3.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 6 – Peça W-4.



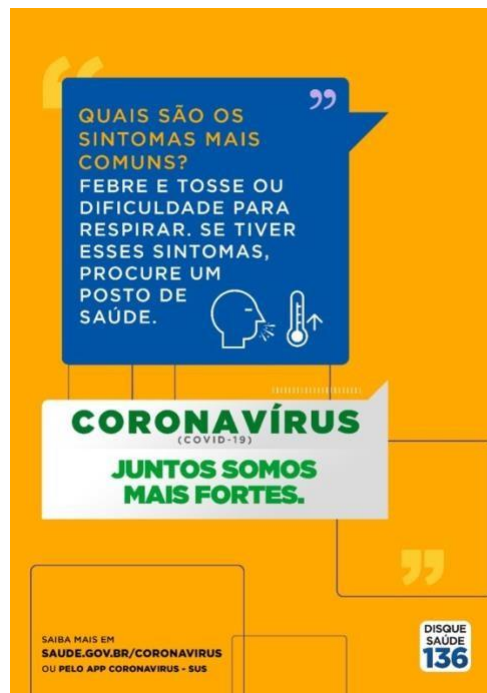
Fonte: Brasil (2020).

Figura 7 – Peça W-5.



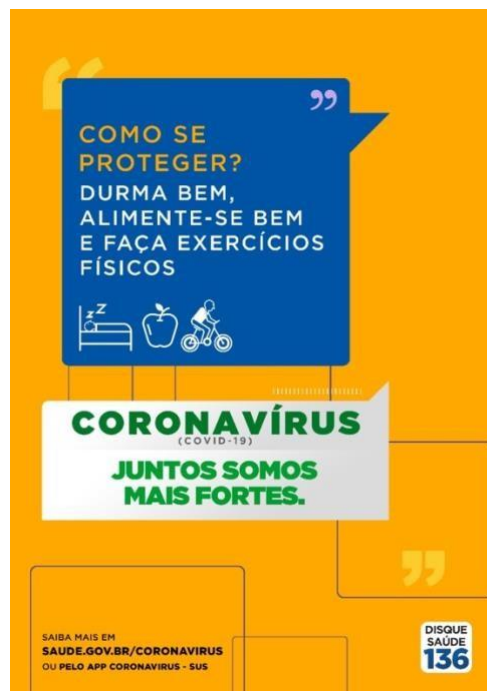
Fonte: Brasil (2020).

Figura 8 – Peça W-6.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 9 – Peça W-7.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 10 – Peça W-8.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 11 – Peça W-9.



Fonte: Brasil (2020).

Da Figura 12 a 19, compilamos os dados para o Twitter.

Figura 12 – Peça T-1.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 13 – Peça T-2.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 14 – Peça T-3.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 15 – Peça T-4.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 16 – Peça T-5.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 17 – Peça T-6.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 18 – Peça T-7.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 19 – Peça T-8.



Fonte: Brasil (2020).

Da Figura 20 a 26, compilamos os dados para o Facebook.

Figura 20 – Peça F-1.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 21 – Peça F-2.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 22 – Peça F-3.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 23 – Peça F-4.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 24 – Peça F-5.



QUAIS SÃO OS SINTOMAS MAIS COMUNS?
FEBRE E TOSSE OU DIFICULDADE PARA RESPIRAR. SE TIVER ESSES SINTOMAS, PROCURE UM POSTO DE SAÚDE.

DRA. ANA ESCOBAR, MÉDICA

CORONAVÍRUS
(COVID-19)

JUNTOS SOMOS MAIS FORTES.

SAIBA MAIS EM
SAUDE.GOV.BR/CORONAVIRUS
OU PELO APP CORONAVIRUS - SUS

DISQUE SAÚDE
136

Fonte: Brasil (2020).

Figura 25 – Peça F-6.



COMO SE PROTEGER?
DURMA BEM, ALIMENTE-SE BEM E FAÇA EXERCÍCIOS FÍSICOS

FELIPE MELO, JOGADOR DE FUTEBOL

CORONAVÍRUS
(COVID-19)

JUNTOS SOMOS MAIS FORTES.

SAIBA MAIS EM
SAUDE.GOV.BR/CORONAVIRUS
OU PELO APP CORONAVIRUS - SUS

DISQUE SAÚDE
136

Fonte: Brasil (2020).

Figura 26 – Peça F-7.



Fonte: Brasil (2020).

Da Figura 27 a 30, compilamos os dados para o Instagram.

Figura 27 – Peça I-1.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 28 – Peça I-2.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 29 – Peça I-3.



Fonte: Brasil (2020).

Figura 30 – Peça I-4.



Fonte: Brasil (2020).

Por se tratar de uma amostra aleatória simples, não controlamos, inicialmente, a repetição de peças (que era possível, uma vez que a macrocampanha do Governo Federal é direcionada a diferentes mídias). Optamos, portanto, para casos de repetição, privilegiar a ordem de aparição, de acordo com o Quadro 1. Dessa forma, excluímos da análise final as seguintes peças: Twitter (T-1, T-5, T-7, T-8), Facebook (F-1, F-2, F-3, F-4, F-5, F-6, F-7) e Instagram (I-1, I-2, I-3, I-4). Destacamos que a redução de peças não prejudica a análise, uma vez que segue um procedimento metodológico e estatístico previsto em Vieira (2011).

3.4 Categorias de análise

Adotaremos como categorias de análise uma adaptação de princípios encontrados no jornalismo para a paz. Cabral e Salhani (2017) exemplificam como o jornalismo para a paz pode ser utilizado como uma metodologia em pesquisas da área de comunicação apresentando categorias analíticas do *Peace Journalism* definidas por Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2007).

Com o objetivo de investigar se as notícias promoveriam a paz ou exaltariam a violência em contexto de conflitos, os autores criaram um código de análise de notícias cujas categorias tiveram como base os conceitos do *Peace*

Journalism. Foram criadas sete categorias, divididas em dois grupos: categorias de aproximação (contextualização; efeitos do conflito; orientação a pessoas comuns; e pluralidade de vozes) e categorias de linguagem (linguagem vitimizadora; linguagem que incita o medo; e emotividade) (CABRAL; SALHANI, 2017, p. 14).

O jornalismo para paz se inspira em Galtung e desenvolve-se também a partir dos estudos de Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2007). A discussão do jornalismo para paz se contextualiza no campo dos *Peace Studies*, envolvendo temas diversos, “[...] como a justiça, a equidade, o bem-estar, os direitos econômicos e sociais e, em alguns casos, o afeto, a solidariedade e outras formas de resolução pacífica dos conflitos” (LÓPEZ BECERRA, 2000, p. 2).

Dos estudos de Galtung, podemos identificar uma intersecção entre as violências direta, estrutural e cultural. “A violência direta é um acontecimento; a violência estrutural é um processo, e a violência cultural é uma constante, que se mantém basicamente igual durante longos períodos, dadas as lentas transformações da cultura” (GALTUNG, 2003, p. 12). Nessa perspectiva, o jornalismo para paz se apresenta numa perspectiva crítica assumida pela *Peace research* que é a denunciar situações de violência, visibilizando estrategicamente elementos que apontem tais situações. Nesse sentido, podemos entender que:

O objetivo de seu surgimento é contrapor-se ao jornalismo de guerra, dominante, focado na vitória de uns (“nós”) contra a derrota de outros (“eles”). Este processo, voltado para a guerra, não se concretiza por acaso, já que reportar é uma questão de escolha. Deste modo, é possível que editores e repórteres, visando ao desenvolvimento do jornalismo para a paz, façam as escolhas do quê e como reportar, de modo a criar oportunidades à sociedade de considerar e valorar a não-violência como resposta aos conflitos [...] (CABRAL; SALHANI, 2017, p. 4).

Resumidamente, o Quadro 2 apresenta um detalhamento desses elementos que contribuem para a formulação das categorias de análise deste trabalho.

Quadro 2 – Orientações do jornalismo para a paz e de guerra.

Jornalismo para paz	Jornalismo de guerra
I. Orientado para a paz/conflito - Explora a formação de conflitos; há partes, objetivos e problemas múltiplos - Todas as partes ganham - Espaço e tempo abertos: causas e consequências em qualquer lugar, inclusive na história e na cultura - Apresenta os conflitos com transparência - Dá voz a todas as partes, com empatia e entendimento - Vê conflito e guerra como problemas e foca na criatividade - Humaniza todas as partes, especialmente quando há armamentos - É proativo: busca a prevenção antes que a violência e guerra ocorram - Foca nos efeitos invisíveis da violência: traumas, danos à estrutura e à cultura	I. Orientado para a guerra/violência - Foca na arena de conflito; há duas partes e um objetivo (vencer) - Uma parte ganha, a outra perde - Espaço e tempo fechados: causas e consequências se restringem à arena, focando em quem atirou a primeira pedra - Apresenta a guerra de forma obscura/secreta - “Nós contra eles”; voz somente para “nós” - Vê “eles” como o problema e foca em quem prevalece na guerra - Desumaniza “eles”, especialmente quando há armamentos - É reativo: espera atos violentos para reportar - Foca nos efeitos visíveis da violência: número de mortos, feridos e danos materiais
II. Orientado para a verdade - Expõe as inverdades de todas as partes	II. Orientado para a propaganda - Expõe inverdades sobre “eles” e ajuda a encobrir as “nossas” mentiras
III. Orientado para as pessoas - Foca no sofrimento de todos e dá voz a mulheres, crianças, idosos	III. Orientado para as elites - Foca no “nosso” sofrimento; tem homens da elite como porta-vozes
IV. Orientado para soluções - Paz = não-violência + criatividade - Destaca iniciativas voltadas para a paz, a fim de, também, prevenir outras guerras - Foca na estrutura, na cultura e em uma sociedade pacífica - Resultado: resolução, reconstrução, reconciliação	IV. Orientado para a vitória - Paz = vitória + cessar-fogo - Oculta as iniciativas de paz até que a vitória já tenha sido conquistada - Foca em tratados, instituições e em uma sociedade controlada - Parte para outras guerras e retorna à mesma caso hajam questões pendentes

Fonte: Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2007) apud Cabral e Salhani (2017, p. 10).

As categorias propostas por Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2007) refletem uma discussão do Jornalismo para Paz sobre a relevância de se evidenciar alguns elementos metodológicos a fim de visibilizar e denunciar determinadas situações de violência, que muitas

vezes, são invisibilizadas pelas próprias dinâmicas do jornalismo tradicional. Dessa forma, as categorias propostas pelos autores podem nos auxiliar na cobertura jornalística em diversos contextos de conflitos, e não apenas em situações de guerra no sentido clássico do termo. Assumimos, assim, que considerar tais categorias, implica, grosso modo, uma análise de como comunicar partindo de um enfoque que permita a problematização dessas situações de violência. Portanto, é relevante, para este trabalho, adotar essas categorias como diretrizes inspiradoras para nossa análise de conteúdo das peças selecionadas.

Assumindo essa possibilidade de buscar nas diretrizes do Jornalismo para Paz alguns direcionamentos singulares, propomos cinco (5) categorias de análise, que, em certa medida, dialogam com a proposta do jornalismo para a paz. O Quadro 3 apresenta as categorias criadas para nossa análise do *corpus*.

Quadro 3 – Categorias para a paz/conflito e para violência.

Categoria	Paz/Conflito	Violência
Ato	Orientação para a paz, com enfoque em descrever, cientificamente, formas de frear o contágio pelo vírus.	Enfoque na crise financeira decorrente do novo coronavírus.
Aspectos técnicos	Apresenta a verdade, com base científica.	Enfoque em crenças individuais e pessoais.
Conteúdo	Enfoque na prevenção de contágio.	Enfoque no medo e na insegurança.
Sujeitos	Orienta-se para as sujeitos detentores de lugares de fala, inseridos socialmente e capazes de transmitirem segurança.	Orienta-se para a economia, utilizando os homens da elite como porta-vozes.
Finalização	Busca soluções, orientando ao distanciamento social.	Orienta-se para a liberação da economia, sob a pena de uma crise e de aumento da miséria.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2007)

A primeira categoria trata do discurso orientado para violência em contraposição ao orientado para paz/conflito. Na segunda categoria, discutimos aspectos técnicos o discurso orientado para verdade em e para a propaganda. A categoria 3 trata do discurso orientado para provocar medo em contraposição ao discurso que traz segurança. Na quarta categoria, analisamos o discurso orientado para sensibilizar pela dor e pelo sofrimento em contraponto ao para o bem-estar e para a saúde. A quinta e última categoria contrapõe o discurso orientado para o distanciamento social e o para a economia e para a liberação.

4 ANÁLISE

Neste capítulo apresentamos nossas análises. Para tanto, a partir dos referenciais teóricos e detalhamento metodológico apresentados no capítulo anterior, organizamos uma combinação de metodologias, envolvendo a análise de imagem (BARTHES, 1984) e a análise de conteúdo (BARDIN, 1977), com base no Quadro 3, apresentado no capítulo anterior, para, aqui, procedermos à análise do *corpus*.

Em linhas gerais, todas as peças selecionadas apresentam uma discussão orientada aos protocolos de saúde, valendo-se de um discurso pautado para gerar engajamento da cidadania, não apenas em discursos de autoridade, mas também em discursos de formação.

Em Aristóteles já encontramos uma discussão sobre a importância da retórica, enquanto um recurso de persuasão e de orientação. Ferreira (2010) explica que a persuasão e a orientação são, retoricamente, complexas; sendo mais facilmente organizadas a partir de um reportar da fonte.

Lacan (1988) explica que o termo *discurso* é carregado de um imbricamento social, que expressa uma variante distinta de relação de poder. Castro (2016) explica que esse “discurso do poder” implica assumir uma posição de análise da retórica dos textos, especialmente, dos textos publicitários (em um sentido amplo). Segundo o autor, o discurso publicitário não deve ser compreendido e analisado apenas em termos de seus elementos formais, mas também, considerando a construção da linguagem como um tipo de laço entre o produtor da mensagem e o seu destinatário (consumidor, público-alvo, população etc.).

Considerando esses breves apontamentos, devemos compreender que as campanhas de conscientização são mais amplas do que as peças publicitárias justamente em decorrência da delimitação de ação. Hoff e Gabrielli (2004) explicam que as peças publicitárias são recursos de comunicação, com forte ênfase ao consumo, que podem servir para a promoção, para a divulgação ou para quaisquer outras finalidades, pontuais e instantâneas, não fazendo parte de uma construção maior. Para os autores, as campanhas avançam, no sentido em que proporcionam uma sequência de ações, deixando de ser necessário que para cada atividade/ação seja feita uma peça publicitária.

Hoff e Gabrielli (2004) explicam, ainda, que as campanhas se caracterizam pela continuidade, quer por sua continuidade temática, quer veicular, quer por outro eixo. Nesse sentido, neste trabalho lidamos com um conjunto de propagandas (macrocampanha), uma vez que o Governo Federal aponta uma série de necessidades e de elementos (informativos e de ação) visando a diminuir as consequências da pandemia do novo coronavírus, tanto em nível

econômico, como em nível sanitário. Especificamente, interessa-nos o nível sanitário, uma vez que é o enfoque central de toda e qualquer epidemia: o controle de mortalidade e de propagação. As peças comunicacionais, então, desenvolvem-se a partir de uma sequência lógica de argumentos, que não se interrompem na tentativa de recriar ou de ampliar a propaganda.

Para Cabral (1990), a redação publicitária é muito mais ampla do que apenas acumular informações, vender ou informar. A publicidade (e, por consequência, todas as formas de fazê-la) pressupõe uma certa durabilidade, que depende, drasticamente, do tempo de veiculação de uma peça. As campanhas, por sua própria organização, perduram com maior durabilidade nas mídias; uma vez que apresentam uma riqueza de recursos e de métodos de apresentação maiores do que uma única peça.

Ramos, Carvalho e Mangiacavalli (2007) destacam que as campanhas de conscientização seguem um movimento discursivo único, em prol de um objetivo único: trazer consciência de um determinado aspecto, a partir de uma comunicação para a consciência e não apenas para o medo. Ao mesmo tempo, elas são frutos de um movimento da propaganda de preocupação com a existência e com a coletividade.

Sob outro ponto, essa relação aplica-se a um sentido mais amplo: a macrocampanha analisada visa uma tomada de consciência, portanto, impacta um processo comunicacional educativo. Trata-se de um movimento de disseminação de informações ao grande público, que é composto de diversos desafios, que podem ser identificados e analisados criticamente a partir de elementos denotativos e conotativos nas peças comunicacionais selecionadas.

No que diz respeito ao nosso *corpus*, desenvolveremos nossa análise a partir de cinco categorias, conforme apresentadas no Quadro 3, que estão correlacionadas à análise de conteúdo.

4.1 Análise de Imagens

Seguindo a proposta de Maingueneau (2007), os elementos discursivos organizam-se em termos de uma orientação semântica global, isto é, um conjunto de regras que regeriam todas as dimensões do discurso, analisando a forma como funcionaria por meio de uma rede de restrições.

Souza e Silva e Rocha (2009) afirmam que a intertextualidade é o primeiro plano dessa semântica global, entendendo-a como a produção de relações intertextuais. Dessa forma, é por meio dela que se delimita um determinado campo, como por exemplo, o campo da saúde.

Para Maingueneau (2007), o campo discursivo conceitua-se como um conjunto de formações discursivas, em concorrência, delimitando-se a partir da concorrência. Dentro de um mesmo campo, diversos posicionamentos e formações projetam-se. Dessa forma, o posicionamento de um discurso em um dado campo, dependeria, diretamente dessas restrições semânticas – próprias de cada campo. A significação é dinâmica.

Para este trabalho, assumiremos o campo discursivo da saúde como sendo o mais central. Este campo é amplamente relevante e importante na sociedade contemporânea, uma vez que a promoção da saúde constitui um desafio, tanto em sua compreensão, como em sua efetiva abrangência social. Czeresnia (2009) explica que as ações do Estado, em prol de uma política pública saudável, reforçam a necessidade de conhecimento e de uniformidade de práticas.

Mesmo que o enfoque deste trabalho não seja especificamente a área da saúde, mas a produção de discurso e de produção comunicacionais nessa área, devemos pensar que a organização da saúde no Brasil é complexa. Os municípios e os estados são responsáveis pela organização dos serviços de saúde pública. Contudo, o Governo Federal tem ainda sua parcela de gestão em todo o sistema. Nesse sentido, desde a instauração do estado de pandemia, decorrente do novo coronavírus, o Governo Federal brasileiro, em 2020, vem adotando medidas que contrariam as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS). Dentre elas, as posturas dos dirigentes, especialmente do Presidente da República, contrariam as medidas de distanciamento, de uso de máscaras individuais ou equipamentos de proteção individuais.

No aspecto semiótico, vários elementos destacam-se. A imagem é constituída por uma superficialidade discursiva e imagética. Arnheim (1980) explica que a harmonização das cores é um fator minimamente objetivo e sumariamente subjetivo, o que demarcaria a necessidade de atestar e de observar esse mecanismo de cores e de cromaticidade dentro de uma campanha publicitária, a fim de chegarmos ao que Barthes (1984; 2006) chama de elementos gerais da semiologia.

Mesmo dentro das ciências da comunicação, como aponta Maingueneau (2007) o texto é um sistema semiótico global e amplo, não restrito apenas ao texto escrito/falado. O sistema semântico global lida com a harmonização entre os diferentes sistemas semióticos: isso porque um conceito semântico é aplicado e reproduzido nesses sistemas.

É preciso destacar que, diferentemente de uma fotografia ou de um vídeo, as imagens produzidas e analisadas, neste trabalho, são iconografias. Para Oliveira e Nunes (2010), a análise de imagens, por meio da iconologia, aproxima-se muito da análise proposta por Barthes (1984; 2006). A análise de imagens deve considerar vários motivos (dentre eles, as cores), mas

sem estar restrito a esse aspecto: assim como Barthes (1984), Panofsky (2007) ressalta que as conclusões de uma análise fogem do alcance das experiências práticas, sendo necessário ampliá-las e, portanto, considerar contextos de produção e, também, a análise do texto escrito. Nesse sentido, as propostas aproximam-se.

Panosfky (2007, p. 58) avança na proposta ao afirmar que a imagem deve ser vista por esses motivos específicos, mas também deve considerar as condições históricas de produção. A imagem é um tipo de documento que evidencia e que guarda atributos da visão de mundo de uma determinada sociedade. Essa forma de analisar as imagens aproxima-se do que propomos: considerar não apenas os elementos imagéticos, mas também considerar aspectos culturais e históricos, além dos textuais.

Gade (1998) explica que a harmonia de cores, na comunicação, reflete uma clareza na mensagem. Especificamente, as cores têm funções definidas e específicas, contribuindo para a construção de um clima desejável. Para Barthes (2006), as cores atuam como signos de representação gráfica, através das emoções, experienciadas pelos indivíduos diante da cor em si. Barthes (2006) afirma, ainda, que o valor das cores é significativo, uma vez que influi na tomada de decisões, nas formas de percepção e na própria existência coletiva (e, talvez, na individual).

Pereira (2011) explica que o sistema semiótico das cores é muito amplo e depende, basicamente, de uma série de aspectos gramaticais. Da mesma forma que a língua reflete o mundo, as cores para os semioticistas também representariam, significariam e traduziriam o mundo. Claramente, o enfoque deste trabalho não é tecer uma rica discussão sobre a palheta de cores em campanhas de propaganda, mas apresentar elementos que comprovem a necessidade de considerar as cores e suas relações com os significados, que vão ao encontro de Maingueneau (2007), quem afirma que o sistema de semântica global dos textos considera todas as semióticas existentes em um feixe semântico e significativo específico.

Contextualmente, a macrocampanha em análise, se configura como uma campanha de conscientização, uma vez que orienta as ações humanas e sociais. Nesse sentido, as cores utilizadas devem contribuir para atingir o aspecto semântico global dessa campanha. Assumindo um discurso em defesa do distanciamento e do isolamento, baseando-se em um discurso orientado para a vida, as cores contribuem para uma leitura educativa, como ficará mais claro na análise.

Na macrocampanha em análise, há uma predileção por um fundo estático e homogêneo. Arendt e Azambuja (2009) explicam que a complexidade de vídeos na era digital é infinita e deve considerar a variabilidade de espaços nos quais o vídeo e as imagens podem ser

veiculados. Para Kopp (2004), imagens estatísticas parecem sofrer menos alterações em diferentes plataformas.

Nas peças comunicacionais em análise, por se tratar de plataformas altamente volúveis (WhatsApp, Facebook e Twitter) e serem, majoritariamente, acessadas por meio de *smartphones*, o leva a uma variabilidade de configurações, de redes de acesso, entre outros, a seleção de um fundo uniforme e estático. Nesse contexto, a seleção de cores contribui em dois sentidos: o primeiro é quanto à qualidade de exibição (cores primárias) e o segundo é a uniformidade semântica.

Na macrocampanha, selecionou-se as cores (i) verde, (ii) azul claro e (iii) alaranjado claro. É interessante destacar que não somente em campanhas da área da saúde há uma predileção pelo controle de cores. Boccanera, Boccanera e Barbosa (2006) explicam que a cromoterapia já vem sendo um elemento aceito dentro da área médica, por ser um processo não agressivo sobre o organismo e por não causar efeitos colaterais, além de não atuar como agente de pressão sobre o corpo.

Goethe (1993) atribui ao *verde* uma significação bucólica, campestre, quase sempre associada à natureza e ao meio ambiente. Nesse movimento, ela estaria relacionada a uma série de emoções pacificadoras (equilíbrio, harmonia, saúde). Esse espaço semântico está relacionado ao que se encontra em hospitais e em centros de saúde (BOCCANERA; BOCCANERA; BARBOSA, 2006). Outro fator de significância que contribui para essa semântica global é o fato de que o “verde” reflete uma relação de tranquilidade e de coerência – o que vai ao encontro de um discurso educativo –, conforme exemplifica a Figura 21.

Figura 21 – Peça F-3.



Fonte: Brasil (2020).

Quanto ao *azul*, exemplificado na Figura 19, Goethe (1993) afirma que ele reflete sensações semelhantes ao “verde”, associando-se a de higiene. É uma cor de estímulo e de sucesso, de conquista.

Figura 19 – Peça F-1.



Fonte: Brasil (2020).

Quanto ao *laranja*⁶, reflete uma cor energética e motivacional. É preciso destacar que o *vermelho*, assim como o “laranja”, é uma cor de movimento, de ânimo e de força; contudo, este é menos agressivo e violento aos olhos do que aquele, como exemplifica a Figura 26.

Figura 26 – Campanha I-1.



Fonte: Brasil (2020).

Quanto às cores utilizadas dentro do corpo textual, refletem palhetas de variação das cores utilizadas no fundo. As cores selecionadas, além de refletirem um panorama sólido, mostram um movimento pacífico, não violento aos olhos. É um movimento de contraposição. Também reforça uma opcionalidade pela segurança e pelo bem-estar e para a saúde.

4.2 Análise de Conteúdo

O discurso não é apenas analisado em termos de seu conteúdo, mas em termos de sua totalidade. Não se pode pensar apenas no dito, mas também naquilo que é, opcionalmente, não dito. Os contextos de produção e de enunciação produzem uma imagem do discurso no contexto de recepção. É nesse sentido, que nos interessa pensar quem é enunciador dessas campanhas, tanto em um nível de formulação, como em um nível do enunciado.

⁶ As cores são descritas em vídeos para deficientes visuais na própria plataforma.

Em nível de formulação, todos os itens em análise derivam do próprio governo e de uma necessidade internacional de orientar as ações individuais, em prol de questões sanitárias gerais. Quando ao enunciado, é preciso destacar que a fonte da informação parece influenciar, em muito, sua receptividade. Reboul (2004) explica que a seleção do enunciador de um determinado discurso deve ser feita, considerando-se quem é esse enunciador, preferindo-se um enunciador que seja autoridade no assunto.

Para o autor, a autoridade baseia-se em uma moralidade e responsabilidade do orador, quem credita ao auditório seu discurso. Meyer (1998), ao refletir sobre o uso do argumento de autoridade, explica que a retórica surge da relação de convencimento entre o orador e o auditório, expandindo-se para uma análise do lugar social do enunciador.

O ethos desempenha então um papel mais determinante: a credibilidade daquele que fala e propõe, a sua autoridade, porá ponto final nas dúvidas, teoricamente sem fim, sobre as respostas propostas. De resto, a autoridade assenta frequentemente na institucionalização: o papel social e o “lugar” que o orador ocupa (“é ou não um especialista na questão?”, pergunta-se o interlocutor) (MEYER, 1998, p. 36).

Para os autores, o argumento de autoridade não implica apenas uma autoridade científica, mas também autoridades sociais: sujeitos que tenham lugar social de destaque. Na campanha em análise, adota-se apenas um argumento de autoridade estritamente, conforme representado na Figura 3, no caso, Ana Maria de Ulhôa Escobar.

Figura 3 – Campanha W-1.



Fonte: Brasil (2020).

A médica Ana Maria de Ulhôa Escobar é uma recorrente figura pública, na TV Globo, uma das maiores emissoras abertas do Brasil (CARVALHO *et al.*, 2016), principalmente no programa Bem-Estar. A médica é formada pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (FMUSP) e membro editorial das revistas *Clinics* e *Crescer*, além de ser especializada em pediatria e ter uma vasta publicação na área. Tais credenciais constituem-na como um argumento de autoridade. Contudo, outras personalidades também são utilizadas: músicos, artistas, atletas, que se configuram como personalidade de influência e que contribuem para uma rápida viralização da campanha.

É importante discutir que as indumentárias são signos de relevância para o trabalho de análise de imagens e para a construção de uma semântica global. Baudrillard (1991) explica que a aparência é um conceito subjetivo de representação do que se deseja ser e do que efetivamente se é, além de uma forma de manifestação ante o outro. É uma forma de camuflar-se, de construir um ideário.

Barthes (2005) propõe, assim como ocorre no nível semiótico da linguagem, uma estruturação semiótica para as indumentárias. Da mesma forma que a palavra é composta por microestruturas que compõem o significado, a indumentária também contribui para a significação.

[...] a relação entre traje e indumentária é uma relação semântica: a significação do vestuário cresce à medida que se passa do traje à indumentária; o traje é debilmente significativo, exprime mais do que notifica; a indumentária, ao contrário, é fortemente significante, constitui uma relação intelectual, notificadora, entre o usuário e seu grupo (BARTHES, 2005, p. 273).

Em nosso movimento de construção de uma semântica global, utilizar um traje típico reforça uma semântica sóbria, séria, não violenta. Ao contrário de campanhas violentas, como as de prevenção ao fumo.

Para Costa (1999), existe na vivência social uma estética da violência, entranhada na ideologização da mensagem. Essa estética recai não apenas nas narrativas, mas também na produção e nos demais aspectos que compõem uma mensagem. Esse discurso reforça-se pela indumentária: vestimentas que refletem os lugares sociais desses sujeitos enunciadoreis.

Baseando-nos em Bardin e nas categorias propostas no Quadro 3, avançamos em uma proposta de análise, entrecruzando aspectos da Semântica Global e das imagens das peças. Podemos afirmar que a organização formal de um enunciado implica considerar conteúdos verbais ou não (aqui, descritos em termos da iconografia e dos elementos que a compõem).

Como exemplificado por Freitas, Cunha e Moscarola (1997), a interpretação e a análise de conteúdo dependem de aspectos objetivos e subjetivos. Se tomamos Bardin (2011) enquanto referencial, partimos, na análise, para a terceira fase – uma vez que as fases primária e secundária são momentos pré-investigação.

Bardin (1977) compreende o tratamento dos resultados, das inferências e das interpretações com o objetivo de chegar à captação de um conteúdo geral, manifesto e latente aos documentos em análise. Em nossa análise, assumimos que a construção de uma significação global reflete uma categoria final: o isolamento social e a informação sanitária.

Da manipulação de mensagens, buscamos indicadores que permitam inferir sobre outra realidade que não a da mensagem. É preciso destacar que, no cenário nacional, o Governo Federal tem enfrentado uma série de críticas nacionais e internacionais em decorrência de uma postura de não defesa do isolamento (já apontado como a principal forma de evitar a circulação do vírus).

Na macrocampanha em análise, não é utilizado, em nenhum momento, o termo *isolamento ou distanciamento social*. Contudo, todas as formas de prevenção são efetivamente apresentadas. É preciso destacar que a imagem de que o isolamento social é prejudicial à economia, propagada pelo Governo Federal, em 2020, contribui para o apagamento do termo em campanhas de prevenção, que versam apenas de estratégias de prevenção.

Essa escolha dialógica reflete uma imagem do dito e do não dito. Inicialmente, apontamos aspectos do não dito. O distanciamento social é uma postura social, como já discutimos, que evita a sobrecarga de Unidades de Terapia Intensiva (UTIs), garantindo que, em caso de infecção, haja possibilidade de que os infectados efetivamente recebam tratamento médico.

Contudo, desde o início da pandemia, o Governo Federal vem apresentando resistência a adotar esse tipo de forma de profilaxia e de defender o isolamento social, enquanto um mecanismo de prevenção e de combate ao novo coronavírus. Somente em uma campanha disponível na página do Ministério da Saúde, ao tratar do E-SUS (tratamento e agendamento remotos), há indicação de algum tipo isolamento (como medida preventiva, em caso de sintomas leves de infecção), como aponta a Figura 30.

Figura 31 – Peça comunicacionais de Isolamento Domiciliar.



ATENÇÃO!

EM CASAS COM APENAS UM QUARTO, OS DEMAIS MORADORES DEVEM DORMIR NA SALA, LONGE DO PACIENTE INFECTADO.

Itens que precisam ser separados:

O lixo produzido pelo paciente contaminado precisa ser separado e descartado.



Toalhas de banho, garfos, facas, colheres, copos e outros objetos usados pelo paciente.



Sofás e cadeiras também não podem ser compartilhados.



Os móveis da casa precisam ser limpos frequentemente com água sanitária ou álcool 70%.

Condutas para a pessoa contaminada:

Utilize máscara o tempo todo.



Se for preciso cozinhar, use máscara de proteção, cobrindo boca e nariz todo o tempo.



Depois de usar o banheiro, nunca deixe de lavar as mãos com água e sabão e sempre limpe vaso, pia e demais superfícies com álcool ou água sanitária para desinfecção do ambiente.

**Condutas de todos os moradores:**

- Se uma pessoa da casa tiver diagnóstico positivo, todos os moradores ficam em isolamento por 14 dias também.
- Caso outro familiar da casa também inicie os sintomas leves, ele deve reiniciar o isolamento de 14 dias. Se os sintomas forem graves, como dificuldade para respirar, ele deve procurar orientação médica.

SAIBA COMO PROTEGER VOCÊ E SUA FAMÍLIA. ACESSE saude.gov.br/coronavirus

DISQUE SAÚDE **136**

Se preferir, baixe o aplicativo **Coronavírus - SUS.**

Esse tipo de não dito revela um posicionamento duplo dentro da análise de conteúdo: ao mesmo tempo que o isolamento social é o carro forte das campanhas internacionais; no cenário brasileiro ele é deixado de lado em uma superfície textual evidente. Dessa forma, em uma análise mais profunda, considerando, então, o dito, identificamos uma série de elementos que reforçam o discurso do isolamento. As escolhas lexicais são todas da área da saúde, apresentando uma riqueza lexical importante, conforme apresenta o Quadro 4.

Quadro 4 – Escolhas lexicais.

Orientador	Explicativo/Orientador
	Fique atento, e juntos vamos lutar contra o coronavírus.
	Procure um posto de saúde em caso de febre e tosse ou dificuldade para respirar.
	Lave bem as mãos, dedo a dedo, com água e sabão várias vezes ao dia.
Como o vírus é transmitido?	Gotículas de saliva, espirro, tosse, catarro, toque ou aperto de mãos, contato com objetos ou superfícies contaminadas.
Como se proteger?	Evite tocar os olhos, nariz e boca com as mãos não lavadas.
	Se for tossir ou espirrar, nunca use as mãos para cobrir a boca e o nariz. O jeito certo é usar o braço.
	Durma bem, alimente-se e faça exercícios físicos.
	Lave bem as mãos, dedo a dedo, com sabão. Se não for possível, use álcool em gel.
	Não compartilhe objetos de uso pessoal, como copos, talheres, pratos e toalhas.
Quais são os sintomas mais comuns?	Febre e tosse ou dificuldade para respirar. Se tiver esses sintomas, procure um posto de saúde.

Fonte: elaborado pelo autor.

No Quadro 4, identificamos dois aspectos gerais, aos quais denominamos *norteador* e *explicativo/orientador*. O *orientador* é composto, normalmente, de uma questão (*Como o vírus é transmitido? Como se proteger? Quais são os sintomas mais comuns?*) e funciona como um questionamento de uma voz leiga, em busca de informações e de orientações. O *explicativo/orientador* é uma resposta, orientando ações e práticas, específicas para essa voz virtual da questão. Em alguns casos, não há um *norteador*, apenas o *explicativo/orientador*, que se constitui de uma orientação.

Textualmente, contextos sem um *orientador* utilizam verbos no imperativo (*fique, procure e lave*). Scherre e colaboradores (2007) explicam que dentro das várias nuances semânticas do modo imperativo, em português, asseguram-lhe a expressividade de ordem, de desejo, de convite, de súplica, de pedido, de instrução, de exortação, de conselho, de solicitação, entre outras. É o tempo verbal da orientação.

Outro fator de destaque, textualmente, é a alteração entre imperativo e indicativo (*Fique atento, e juntos vamos lutar contra o coronavírus*). Marega (2008) destaca que o uso do plural, em português, pode na fala do enunciador *eu*, incorporar o(s) interlocutor(es). Esse tipo de plural leva a uma mitigação: não é somente a ação do enunciador (que, na campanha, é o próprio Ministério da Saúde) quem garantirá o cumprimento da ação expressa (*luta contra o coronavírus*). Conta-se, em muito, com a atuação do(s) interlocutor(es), que neste caso são toda a população brasileira.

Quanto aos demais casos, os *explicativos/orientadores* revelam posicionamento de distanciamento, uma vez que relevam estruturas como (i) para formas de transmissão do coronavírus, destaca-se o “[...] *contato com objetos ou superfícies contaminadas*”; (ii) o que fazer se tiver sintomas: “**Se tiver esses sintomas**, *procure um posto de saúde*”, indicando que se não os tiver, deve permanecer em sua casa (por meio de uma complementariedade contextual). Ainda no caso do *norteador*, as formas de *proteção*, indicam ações que são mais facilmente feitas quando se mantém em um cenário de isolamento (higienizar as mãos, não compartilhar objetos pessoais, alimentar-se bem). O Quadro 5 representa nossa análise geral.

Quadro 5 – Áreas de interação

Orientador	Explicativo/Orientador	Semântica Global	Nível amplo
Procure um posto de saúde em caso de febre e tosse ou dificuldade para respirar.		Ações sanitárias	Isolamento
Quais são os sintomas mais comuns?	Febre e tosse ou dificuldade para respirar. Se tiver esses sintomas, procure um posto de saúde.		
Fique atento, e juntos vamos lutar contra o coronavírus.		Motivação	
Como se proteger?	Se for tossir ou espirrar, nunca use as mãos para cobrir a boca e o nariz. O jeito certo é usar o braço.	Prevenção à transmissão	
Lave bem as mãos, dedo a dedo, com água e sabão várias vezes ao dia.		Prevenção ao contágio	
Como o vírus é transmitido?	Gotículas de saliva, espirro, tosse, catarro, toque ou aperto de mãos, contato com objetos ou superfícies contaminadas.		
Como se proteger?	Evite tocar os olhos, nariz e boca com as mãos não lavadas.		
	Durma bem, alimente-se e faça exercícios físicos.		
	Lave bem as mãos, dedo a dedo, com sabão. Se não for possível, use álcool em gel.		
	Não compartilhe objetos de uso pessoal, como copos, talheres, pratos e toalhas.	Prevenção ao contágio e à transmissão	

Fonte: elaborado pelo autor.

O isolamento ou distanciamento social não é nomeado na macrocampanha. Contudo, as ações que são apresentadas refletem sua importância, e estão semanticamente inseridas em um escopo dele: o isolamento garante que todas as ações sanitárias, que a motivação e que a prevenção à transmissão e ao contágio sejam mais facilmente cumpridos.

O Quadro 6 apresenta, para cada uma das peças comunicacionais a análise de cada ação da campanha nas mídias, cruzadas com cada categoria de análise.

Quadro 6 – Análise de Conteúdo a partir das categorias criadas.

Categorias Ações da campanha nas mídias	Ato	Aspetos técnicos	Conteúdo	Sujeitos	Finalização	Transcrição
Peça W-1	Observa-se nessa ação comunicacional que há uma descrição técnica dos principais sintomas da Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional há indicação científica dos sintomas e orienta a identificação de infecção por Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se apresenta, diretamente, formas de prevenção, mas, sim, da sintomatologia.	Observa-se que nessa ação comunicacional apresenta a figura de uma profissional da saúde.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Quais são os sintomas mais comuns?</i>
Peça W-2	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça W-3	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça W-4	Observa-se que nessa ação comunicacional há	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação	<i>Como se proteger?</i>

	uma descrição de formas de proteção.	baseiam em informações científicas.	diretamente formas de proteção.	um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	direta sobre o isolamento.	
Peça W-5	Observa-se que nessa ação comunicacional descreve-se a forma de transmissão do novo coronavírus.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se apresenta, diretamente, formas de prevenção, mas, sim, formas de contágio.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza nenhum figura.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como o coronavírus é transmitido?</i>
Peça W-6	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza nenhum figura.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Quais são os sintomas mais comuns?</i>
Peça W-7	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de proteção.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de proteção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza nenhum figura.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça W-8	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza nenhum figura.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>

Peça W-9	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza nenhum figura.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça T-1	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça T-2	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça T-3	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>

Peça T-4	Observa-se que nessa ação comunicacional não há nenhuma indicação de prevenção ou que contribua para a prevenção. Trata-se de uma mensagem motivacional.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em motivação pessoal e coletiva.	Observa-se que nessa ação comunicacional não apresentam formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Fique atento e juntos vamos lutar contra o coronavírus</i>
Peça T-5	Observa-se nessa ação comunicacional que há uma descrição técnica dos principais sintomas da Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional há indicação científica dos sintomas e orienta a identificação de infecção por Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se apresenta, diretamente, formas de prevenção, mas, sim, da sintomatologia.	Observa-se que nessa ação comunicacional apresenta a figura de uma profissional da saúde.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Procure um posto de saúde em caso de febre e tosse ou dificuldade para respirar</i>
Peça T-6	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça T-7	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>

Peça T-8	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça F-1	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça F-2	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça F-3	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>

Peça F-4	Observa-se nessa ação comunicacional que há uma descrição técnica dos principais sintomas da Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional há indicação científica dos sintomas e orienta a identificação de infecção por Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se apresenta, diretamente, formas de prevenção, mas, sim, da sintomatologia.	Observa-se que nessa ação comunicacional apresenta a figura de uma profissional da saúde.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	Quais são os sintomas mais comuns?
Peça F-5	Observa-se nessa ação comunicacional que há uma descrição técnica dos principais sintomas da Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional há indicação científica dos sintomas e orienta a identificação de infecção por Covid-19.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se apresenta, diretamente, formas de prevenção, mas, sim, da sintomatologia.	Observa-se que nessa ação comunicacional apresenta a figura de uma profissional da saúde.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	Quais são os sintomas mais comuns?
Peça F-6	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	Como se proteger ?
Peça F-7	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não há indicação direta sobre o isolamento.	Lave bem as mãos, dedo a dedo, com água e sabão várias vezes ao dia

Peça I-1	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Lave bem as mãos, dedo a dedo, com água e sabão várias vezes ao dia</i>
Peça I-2	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça I-3	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>
Peça I-4	Observa-se que nessa ação comunicacional há uma descrição de formas de prevenção, aprovadas e orientadas pela OMS.	Observa-se que nessa ação comunicacional as informações se baseiam em informações científicas.	Observa-se que nessa ação comunicacional se apresenta diretamente formas de prevenção.	Observa-se que nessa ação comunicacional não se utiliza a figura de um profissional da saúde, mas, sim, de uma figura midiática.	Observa-se que nessa ação comunicacional não haver indicação direta sobre o isolamento.	<i>Como se proteger?</i>

Fonte: elaborado pelo autor.

A partir das análises apresentadas, podemos observar em linhas gerais que todas as ações analisadas apresentam discursos fundamentados em informações científicas, acompanhados de orientações de prevenção, de cuidado e de proteção, conforme indicado na última coluna da tabela, com negrito nos termos em destaque. Observa-se um discurso direcionado para não produzir pânico, contudo, sem problematizar questões como, por exemplo, os riscos do não distanciamento social para a proteção das pessoas, o que pode ser aproveitado por outros grupos com forte influência social e relações de poder como oportunidade para aprofundar a discussão sobre os impactos negativos do distanciamento para a economia do país. Isso poderia dar espaço para relativização sobre a sensibilização do público, uma vez que ao considerarem a possibilidade de que o distanciamento seria prejudicial para a economia, alguns grupos poderiam considerar o seu boicote. Destacamos que somente uma das peças não apresenta fundamentação estritamente científica, a Figura 14.

Figura 14 – Peça T-4.



Fonte: Brasil (2020).

Mesmo não havendo informações estritamente científicas, não há quaisquer indicações de que a ação vá de encontro à macrocampanha, contradizendo a tendência indicada. No que diz respeito às demais peças analisadas, é possível destacar uma tendência ao discurso da proteção, inclusive pelo uso de termos como *proteger*, em “*Como se proteger?*” (nas peças W-2, W-3, W-4, W-7, W-8, W-9, T-1, T-2, T-3, T-6, T-7, T-8, F-1, F-2, F-3, F-6, I-2, I-3, I-4). O discurso técnico/científico, é apresentado na descrição da sintomatologia, nas peças W-1, W-6, F-4 e F-5, que utilizam “*Quais são os sintomas mais comuns?*” e também na peça W-5, que utiliza “*Como o coronavírus é transmitido?*”. Identificamos também a orientação médica, em T-5, com a orientação de procurar *um posto de saúde em caso de febre e tosse ou dificuldade*

para respirar e a orientação de higiene (F-7 e I-1): *Lave bem as mãos, dedo a dedo, com água e sabão várias vezes ao dia.*

Destacamos que as frases utilizadas apenas retratam informações técnicas, utilizando termos com semântica positiva (*proteger, cuidar*), refletindo ações sanitárias (*lavar*) e, também, orientações científicas (*posto de saúde, procurar, sintomas*), sempre de modo a explicar (as frases identificadas como perguntas, a serem respondidas pelo conteúdo da peça, iniciam por *como*, indicando uma resposta ao conteúdo questionado), elucidando possíveis dúvidas, de forma técnica e direta, sem construir um discurso orientado para o pânico/medo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma análise de uma macrocampanha de conscientização produzida pelo Ministério da Saúde, observamos que o distanciamento ou isolamento social não é representado em um nível lexical, mas enquanto uma unidade semântica que contribui para o avanço das relações imbricadas.

Resgatando nosso objetivo geral proposto nesta pesquisa, que foi o de identificar, em macrocampanha de conscientização do Ministério da Saúde, o uso ou não de estratégias comunicacionais de sensibilização e educação para a defesa do distanciamento social com medida de prevenção, podemos concluir que o Ministério da Saúde adotou um discurso orientado para a segurança e proteção. Contudo, sem assumir um posicionamento que problematizasse a sua não realização, o que abre possibilidades para que grupos contrários possam argumentar em defesa do fim do *lockdown*, para proteção da economia do país em detrimento das vidas humanas, mas em prol das vidas econômicas. Essa questão recai também sobre a discussão de quais vidas valem mais e quais valem menos, tendo-se em vista que para muitas pessoas não houve escolha de realizar ou não o distanciamento, especialmente aos grupos em situação de maior vulnerabilidade social e submetidos a condições de subemprego ou geração informal de renda.

Para chegarmos a essa conclusão, analisamos aspectos da imagem (BARTHES, 1984) e de conteúdo (BARDIN, 1977), empreendemos um movimento de análise, no qual iniciamos com uma reflexão sobre a relação histórica da sociedade com a morte. Essa relação é complexa e está imbricada em uma relação cultural, que se constitui com o passar dos séculos, de modo a reforçar um medo da morte e de sua inevitabilidade. A cultura é, então, elemento necessário nessa análise, uma vez que a relação que se pretende identificar depende da forma como a cultura se relaciona com a morte e com a violência especialmente na “comunicação para se evitar a morte”, ou seja, que visa gerar conscientização ou sensibilização sobre determinado assunto.

No capítulo 2, atemo-nos, mais diretamente, à violência. Para tanto, revisitamos a obra de Johan Galtung para discutir como se percebe e se conceitua a violência em sociedade. Analisamos os aspectos que compõem a violência, enquanto elemento cultural e não biológico, reforçando a necessidade de que as campanhas e de que as propagandas sejam sempre revistas, de modo a contribuírem para uma desnaturalização e desconstrução cultural da violência.

O capítulo 3 apresentou nossas categorias de análise, que se baseiam em uma combinação de metodologias: a análise de imagem (BARTHES, 1984) e a análise de conteúdo

(BARDIN, 1977). Dessa metodologia, analisamos aspectos das peças comunicacionais da macrocampanha de conscientização sobre o distanciamento ou isolamento social produzida pelo governo federal como forma de prevenção à pandemia do coronavírus ().

Na análise desenvolvida no capítulo 4 percebemos uma orientação geral para o distanciamento social, mesmo não havendo nenhuma ação que usasse o termo *isolamento ou distanciamento* de forma direta.

A urgência do tema é clara: cada dia mais novos casos de infecção, novas mortes e aumentos nos índices de ocupação dos leitos de UTI. O distanciamento social, como apontado pela OMS, é o único caminho, até o surgimento de uma vacina, para a prevenção e para a garantia de que não haja um aumento drástico das ocupações dos leitos. Por essa razão, identifica-se que o distanciamento se torna um forte argumento para uma comunicação que visa conscientizar e sensibilizar.

O contexto brasileiro é adverso nesse sentido: não nega, nem deixa clara a necessidade de distanciamento. Alguns discursos paralelos às instâncias estatais e mais ligados a pessoas individualmente relacionadas com o governo brasileiro atual demonstram que há um direcionamento discursivo controverso, conservador e neoliberal ligado à defesa do fim do distanciamento para “proteger” a economia do país. Por essa razão, futuras pesquisas sobre o tema poderiam se desdobrar em tentar captar esses discursos paralelos aos discursos estatais que deslegitimam qualquer comunicação com fins educativos por parte do Estado.

REFERÊNCIAS

- ANDREASEN, A. R. Social Marketing: Its Definition and Domain. *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 13, n. 1, p. 108-114, spring 1994.
- ARAÚJO, I.; CARDOSO, J. *Comunicação e Saúde*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.
- ARENDT, R. J. J.; AZAMBUJA, P. Complexidade em experiências com vídeos digitais. *Cabiassu*, Maranhão, v.1, n.5, p.146-160, jan/ dez 2009.
- ARNS, P. E. *Direitos Humanos: um debate necessário*. Prefácio. São Paulo: Instituto Interamericano de Direitos Humanos Brasiliense, 1988.
- BARATA, R. C. B. Epidemias. *Cadernos de Saúde*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 9-15, jan/fev 1987.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARDIN, L. *L'analyses de contenu*. Editora: Presses Universitaires de France, 1977.
- BARTHES, R. A câmara clara: nota sobre fotografia. Rio Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BARTHES, R. Elementos de semiologia. Tradução de Izidoro Blikstein, São Paulo: Cultrix, 2006.
- BARTHES, R. *Imagem e Moda*. Trad. Ivone Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BARTHES, R. *Mitologias*. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1972.
- BARTHES, R. *O óbvio e o obscuro*. Lisboa: Edições 70, 1984a.
- BAUDRILLARD, J. *O sistema dos objetos*. 2. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1989.

BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1991

BECKENKAMP, C. *Introdução: etimologia*. Disponível em https://www.ufrgs.br/psicopatologia/wiki/index.php?title=Introdu%C3%A7%C3%A3o:_etimologia. Acesso em 25 fev. 2020.

BERENSTEIN, I. *Psicanálisis de la estrutura familiar: del destino a la significación*. Buenos Aires: Paidós, 1993.

BEZERRA, M. G. A.; CARDOSO, M. V. L. M. L. Fatores culturais que interferem nas experiências das mulheres durante o trabalho de parto e parto. *Revista Latino-americana de Enfermagem*, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 414-421, maio/jun 2006.

BOCCANERA, N. B.; BOCCANERA, S. F. B.; BARBOSA, M. A. As cores no ambiente de terapia intensiva: percepções de pacientes e profissionais. *Revista da Escola de Enfermagem [USP]*, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 343-349, 2006.

BOULDING, E. Peace culture. In: AFKHAMI, M. (org.). *Toward a compassionate society*. WLP, 2002. p. 8-15.

BRANDÃO, J. S. *Mitologia Grega*. Rio de Janeiro: Vozes, 1988.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Juntos somos mais fortes: campanha publicitária é lançada para conscientização sobre coronavírus*. 2020. Disponível em <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/03/juntos-somos-mais-fortes-campanha-publicitaria-e-lancada-para-conscientizacao-sobre-coronavirus>. Acesso em 31 maio 2020.

BRASILEIRO, M. S. E.; BRASILEIRO, J. E. O medo da morte enquanto mal: uma reflexão para a prática da enfermagem. *Rev. Ciênc. Méd.*, Campinas, v. 26, n. 2, p. 77-92, maio/ago 2017.

BUCHER, R. A ética da prevenção. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, São Paulo, v. 23, n. espe., p. 117-123, 2007.

BURKE, P. *Cultura popular na idade moderna*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

CABRAL, P. *Propaganda: técnica da comunicação industrial e comercial*. São Paulo: Atlas, 1990.

CABRAL, R.; SALHANI, J. Jornalismo para a paz: conceitos e reflexões. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Brasília, v. 20, n. 3, p. 1-20, set/dez 2017.

CAMPOS, V. T. N. *Acabar com a dengue é “uma guerra de todos”?* A presença do discurso mobilizador nas campanhas publicitárias de prevenção à dengue da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

CASTRO, J. C. L. Estratégias retóricas da publicidade: uma proposta de matriz classificatória. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Brasília, v. 19, n. 3, p. 1-19, set/dez 2016.

CATÃO, B. A. *et al.* Análise de conteúdo de campanhas publicitárias sobre álcool e direção. *Revista Diálogos Interdisciplinares*, Aquidauana, v. 7, n. 3, p. 14-28, 2018.

CHRISPINO, A.; CHRISPINO, R. S. P. *Políticas educacionais de redução da violência: mediação do conflito escolar*. São Paulo: Editora Biruta, 2001.

COOK, G. *The Discourse of Advertising*. 2. ed. Londres: Routledge, 2001.

COSTA, B. C. G. *Estática da violência: jornalismo e produção de sentidos*. Tese (Doutorado em Educação). Universidade de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, 1999.

COSTA, B. R. L.; GONÇALVES, R. A. Movimentos consumeristas: conceito, dimensão ideológica e motivação. *Diálogos interdisciplinares*, Aquidauana, v. 5, n. 2, p. 83-101, 2016.

CULTRERA, F. *Ética e política*. São Paulo: Ed. Paulinas, 1999.

D'ONOFRIO, S. *Pequena enciclopédia da Cultura Ocidental*. O saber indispensável, os mitos eternos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DEMO, P. Alfabetizações: desafios da nova mídia. *Ensaio: aval. pol. públ. Educ.* [online], São Paulo, v. 15, n. 57, p. 543-564, 2007.

DUALIB, R. A propaganda constrói marcas e prepara o futuro. *Folha de São Paulo*. 29 de outubro de 2008, São Paulo, Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2008/10/461555-artigo-a-propaganda-constroi-marcas-e-prepara-o-futuro.shtml>. Acesso em 25 jan. 2014.

DUPRET, L. Cultura de paz e ações sócio-educativas: desafios para a escola contemporânea. *Psicol. Esc. Educ.* (impr.), Campinas, v. 6, n. 1, p. 91-96, jun 2002.

DUSSEL, I. Escuela y cultura de la imagen: los nuevos desafíos. *Nómadas*, Colombia, n. 30, p. 180-193, abril 2009.

FARACO, C. A. O tratamento VOCÊ em português: uma abordagem histórica. *Fragmenta*, Curitiba, v. 13, p. 51-82, 1996.

FARIAS, H. S. O avanço da Covid-19 e o isolamento social como estratégia para redução da vulnerabilidade. *Espaço e Economia*, v. 17, 2020. Disponível em <https://doi.org/10.4000/espacoeconomia.11357>. Acesso em 25 maio 2020.

FERREIRA, L. A. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo: Contexto, 2010.

FONTANARI, R. Como ler imagens? A lição de Roland Barthes. *Galaxia*, São Paulo, n. 31, p. 144-155, abr 2016.

FONTES, M. *Marketing social: novos paradigmas*. Brasília: Elsevier, 2008.

FOSSÁ, M. I. T. *Proposição de um constructo para análise da cultura de devoção nas empresas familiares e visionárias*. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

FRASER, T.; BANKS, A. *O guia completo da cor*. São Paulo: ed. SENAC, 2007.

FREIRE COSTA, J. O medo social. *Veja 25 anos: reflexões para o futuro*. São Paulo, Abril, 1993, p. 83-89.

FREITAS, A. R. R.; NAPIMOGA, M.; DONALISO, M. R. Análise da gravidade da pandemia de Covid-19. *Epidemol. Serv. Saude*, Brasília, v. 29, n. 2, p. 1-5, 2020. (número especial).

FREITAS, H. M. R.; CUNHA, M. V. M., JR., MOSCAROLA, J. Aplicação de sistemas de software para auxílio na análise de conteúdo. *Revista de Administração da USP*, São Paulo, v. 32, n. 3, p. 97-109, 1997.

FREUD, S. *Obras Completas: Totem y Tabu*. Tomo 2. España: Nueva, 1993.

GADE, C. *Psicologia do consumidor e da propaganda*. rev. e ampl. São Paulo: EPU, 1998.

GALLASI, A. D.; SANTOS, V. Editorial. *Cad. Ter. Ocup.*, São Carlos, v. 22, n. supl. esp., p. 1-4, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.4322/cto.2014.024>. Acesso em 7 out 2020.

GALLASI, A. D.; SANTOS, V. O abuso de drogas: desafios e opções para a prática do profissional no Brasil. *Brasília Médica*, Brasília, v. 50, n. 1, p. 51-57, 2013.

GALTUNG, J. *Paz por medios pacífico: paz y conflicto, desarrollo y civilización*. Bilbao: Bakeaz, 2003.

GALTUNG, J. *Sobre la paz*. Barcelona: Fontamara, 1985.

GALTUNG, J. Três formas de violência, três formas de paz. A paz, a guerra e a formação social indo-europeia. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, Coimbra, v. 71, p. 63-75, jun 2005.

GALTUNG, J. Twenty-five years of peace research: ten challenges, and some responses. *Journal of Peace Research*, v. 22, n. 2, p. 141-158, 1984.

GALTUNG, J. Violence, Peace, and Peace Research. *Journal of Peace Research*, Oslo, v. 6, n. 3, p. 167-191, 1969.

GEERTZ, C. *A Interpretação das Culturas*. São Paulo: LTC, 1989.

GLEDITSCH, N. P.; NORDKVELLE, J.; STRAND, H. Peace research - just the study of war? *Journal of Peace Research*, v. 51, n. 2, p. 145-158, 2014.

GLOBAL ROAD SAFETY PARTNERSHIP. 2007. *Beber e Dirigir: Manual de Segurança de Trânsito para Profissionais de Trânsito e de Saúde*. Disponível em http://www.who.int/roadsafety/publications/DrinkingAndDrivingManual_POR.pdf?ua=1. Acesso em 10 fev. 2020.

GOETHE, J. W. V. *Doutrina das cores*. Tradução de Marco Gianote. São Paulo: Nova Alexandria; 1993.

GOMES, A. D. *Educomunicação e formação de cidadãos*. Teresina: FSA/Halley, 2014.

GOMES, N. D. *Publicidade: comunicação persuasiva*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

GROSSI, P. K.; SANTOS, A. M.; OLIVEIRA, S. B.; FABIS, C. S. Implementando Práticas Restaurativas nas Escolas Brasileiras como Estratégia para a Construção de uma Cultura de Paz. *Rev. Diálogo Educ.*, v. 9, n. 28, p. 497-510, 2009.

GUIMARÃES, L. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2004.

HALLIDAY, M. A. K. *Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold, 1994.

HAYECK, C. M. Refletindo sobre a violência. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, Porto Alegre, ano I, n. 1, p. 1-8, jul 2009.

HOFF, T.; GABRIELLI, L. *Redação Publicitária*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

JAKOBSON, R. *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1991.

JALALI, V. R. R. *Estudos para a Paz*. Aracaju: Criação, 2010.

KENSKI, V. M. Educação e comunicação: interconexões e convergências. *Educ. Soc.*, Campinas, v. 29, n. 104 esp., p. 647-665, out. 2008.

KOPP, R. *Design gráfico cambiante*. 2. ed. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.

KOVÁCS, M. J. Educadores e morte. *Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 71-81, jan/jun 2012. Disponível em <https://www.scielo.br/pdf/pee/v16n1/08.pdf>. Acesso em 7 out 2020.

KOVÁCS, M. J. *Morte e desenvolvimento humano*. São Paulo: Casa do Psicólogo. 1992.

LACAN, J. *O Seminário*. Livro 7. A Ética da Psicanálise. São Paulo: Zahar, 1988.

LARAIA, R. B. *Cultura*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

LEHMANN, D. R. Some thoughts on the futures of marketing. In: LEHMANN, D. R.; JOCZ, K. E. (org.). *Reflections on the futures of marketing*. Cambridge: MA- MSI, 1997.

LÉVI-STRAÛSS, C. *Las Estructuras elementares de parentesco*. Barcelona: Paidós, 1988.

LEVISKY, D. L. *A violência na sociedade contemporânea*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

LIBÂNEO, J. C. *Organização e gestão da escola: teoria e prática*. 5. ed. rev. e ampl. Goiânia: Editora Alternativa, 2004.

LISÓN, C. (org.). *Antropologia: horizontes teóricos*. Granda: Colmares, 1998.

LOPES, E. *Fundamentos da Lingüística Contemporânea*. São Paulo: Cultrix, 1999.

LÓPEZ BECERRA, M. H. Reflexiones sobre las desigualdades en el contexto de los estudios de paz. *Revista Paz y Conflictos*, Granada, v. 4, p. 1-15, 2011. Disponível em <https://revistaseug.ugr.es/index.php/revpaz/article/view/458>. Acesso em 8 out 2020.

LYNCH, J.; MCGOLDRICK, A. Peace Journalism. In: WEBEL, C.; GALTUNG, J. (org.). *Handbook of Peace and Conflict Studies*. Nova York: Routledge, 2007. p. 248-264.

MAINGUENEAU, D. *Gênese dos discursos*. Tradução de Sírio Possenti. 1ª reimpr. Curitiba: Criar Edições, 2007.

MALFITANO, A. P. S.; BIANCHI, P. C. Terapia ocupacional e atuação em contextos de vulnerabilidade social: distinções e proximidades entre a área social e o campo de atenção básica em saúde. *Cadernos de Terapia Ocupacional da UFSCar*, São Carlos, v. 21, n. 3, p. 563-574, 2013.

MARCONDES FILHO, C. *Violência política*. São Paulo: Moderna, 1987.

MAREGA, L. M. P. A categoria dêitica “nós” em uma elocução formal: breve análise de um caso. *SIGNUM*, Londrina, n. 11/1, p. 151-165, jul 2008.

MARQUES, M. R. A prática do acompanhamento terapêutico como estratégia de expansão territorial: uma inclusão cartográfica. *Psicologia & Sociedade*, v. 25, n. spe. 2, p. 31-40, 2013. Disponível em <https://www.scielo.br/pdf/psoc/v25nspe2/v25nspe2a05.pdf>. Acesso em 7 out 2020.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. *Os exercícios do ver*. São Paulo: Senac, 2004.

MARTÍNEZ GUZMÁN, V. Filosofia e investigação para a paz. *Revista Crítica das Ciências Sociais*, v. 71, p. 43-62, 2005.

MARTINS, J. P. *A Educação de Trânsito: campanhas educativas nas escolas*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

MARTINS, J. S. (org.). *A morte e os mortos na sociedade brasileira*. São Paulo: Hucitec, 1983.

MENEGUIN, A. M. *Duas faces da publicidade: campanhas sociais e mercadológicas*. São Paulo: Annablumme, 2009.

MENEGUIN, A. M. Entre o acelerador e o freio: o motorista no discurso publicitário. *Intercom-RBCC*, São Paulo, v. 39, n. 1, p.111-138, jan/abr 2016.

MEYER, M. *Questões de retórica: linguagem, razão e sedução*, Lisboa: Edições 70, 1998.

MINAYO, M. C. S. *Violência social sob a perspectiva da saúde pública*. 1. reimpr. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2010.

MORAIS NETO, O. L. *et al.* Mortalidade por acidentes de transporte terrestre no Brasil na última década: tendência e aglomerados de risco. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 9, p. 2223-2236, 2012.

MORIN, E. *O Homem e a Morte*. Rio de Janeiro: Idago, 1990.

MORIN, E. Os sete saberes necessários à educação do futuro. São Paulo: Cortez, 2000.

MUNIZ, E. A publicidade e o consumo. In: FLORES, H. (org.). *Presença Literária*. Porto Alegre: Ediplar, 2008. p. 87-92.

MUNIZ, E. Publicidade e propaganda: origens históricas. *Cadernos Universitários*, Canoas, v. 1, n. 148, p. 51-63, 2004.

NISKIER, A. *Filosofia da Educação: uma visão crítica*. São Paulo: Loyola, 2001.

NIU, Y.; XU, F. Deciphering the power of isolation in controlling COVID-19 outbreaks. **The Lancet**, Beijing, v. 8, n. 4, p. e452-453, 2020.

NOWLIS, H. *La verdad sobre la droga. La droga y la educación*. 2. ed. Paris: UNESCO, 1982.

OLIVEIRA LIMA, C. M. A. Informações sobre o novo coronavírus (COVID-19). *Radiologia Brasileira*, São Paulo, v. 52, n. 2, p. V-VI (Editorial), mar/abr 2020.

OLIVEIRA, T.; NUNES, M. A. L. Análise iconográfica: um caminho metodológico de pesquisa em história da educação. *Revista Contrapontos*, Itajaí, v. 10, n. 3, p. 307-313, set-dez 2010.

OLIVEIRA, W. K. *et al.* Como o Brasil pode deter a COVID-19. *Epidemiol. Serv. Saude*, Brasília, v. 29, n. 2, p. 1-8, 2020. (número especial).

OMS. Organização Mundial da Saúde. *Folha Informativa – COVID-19*. 2020. Disponível em https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acesso em 31 maio 2020.

ONSV. Observatório Nacional de Segurança Viária. 2020. Disponível em <http://www.onsv.org.br/>. Acesso em 26 mar. 2020.

ORLANDI, E. P. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes, 1996.

PANOFSKY, E. *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

PASTOUREAU, M. *Dicionário das Cores do Nosso Tempo: Simbólica e Sociedade*. Lisboa: Ed. Estampa, 1997.

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso – AAD (1969). In: GADET, F.; HAK, T. (org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990. p. 61- 162.

PEIRCE, C. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2010.

PEREIRA, C. P. A. *A cor como espelho da sociedade e da cultura: um estudo do sistema cromático do design de embalagens de alimentos*. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, São Paulo, 2011.

PEREIRA, I. M.; BEZERRA, J. S. Do hilário ao sinistro: a publicidade e o uso do humor para lidar com o tabu da morte. *Colección Académica de Ciencias Sociales*, Bolívia, v. 2, n. 1, p. 15-29, 2015. Disponível em <https://pdfs.semanticscholar.org/e804/b3b2a4b237beb1e2ee420e693195585e635c.pdf>. Acesso em 7 out 2020.

PEREIRA, I. M.; BEZERRA, J. S. Do riso ao fúnebre: a publicidade dos planos funerários do cemitério morada da paz. *Quipus*, ano III, n. 1, p. 69-81, dez. 2013.

PEREIRA, I. M.; BEZERRA, J. S. Do riso ao fúnebre: a publicidade e dos planos funerários do cemitério morada da paz. *Quipus*, ano III, n. 1, p. 69-81, maio 2014.

PEREIRA, L. O'n. A.; SILVEIRA, L. M. O. B. Percepção das professoras sobre os alunos do 5º ano. *Psic. da Ed.*, São Paulo, v. 45, p. 77-86, 2º sem. 2017.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA L. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Tradução de Maria Ermentina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PIAGET, J. *Sobre pedagogia*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1997.

PRETTO, N. L. *Escritos sobre educação, comunicação e cultura*. Campinas: Papirus, 2008.

PUGLIESE, A. T. O discurso de felicidade nas propagandas das empresas alimentícias. In: MIOTELLO, V. (org.). *Pensares Bakhtinianos: Escritos Impertinentes*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2010. p. 25-33.

RAMOS, C.; CARVALHO, J. E. C.; MANGIACAVALLI, M. A. S. C. Impacto e (i)mobilização: um estudo sobre campanhas de prevenção de câncer. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 5, p. 1387-1396, 2007.

RIBEIRO, K. R. O. *O papel da propaganda na prevenção ao consumo de drogas*. Trabalho de Conclusão de Curso. Fundação Educacional do Município de Assis, Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, 2015. Disponível em <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1211340433.pdf>. Acesso em 7 out 2020.

ROCHA, E. P. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

ROCHA, R. M. L. M. *Estética da violência*. Por uma arqueologia dos vestígios. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

ROSENBERG, M. B. *Comunicação não-violenta: Técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais* (em português). São Paulo: Summus, 2006.

ROSENBERG, M. B. *Comunicação não-violenta: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais*. São Paulo: Ágora, 2006.

SANTAELLA, L.; NÖRTH, W. *Comunicação e Semiótica*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SANTOS, Z. B.; PIMENTA, S. M. O. Da Semiótica Social à Multimodalidade: a orquestração de significados. *Cadernos de Semiótica Aplicada*, Campinas, v. 12, n. 2, p. 295-324, 2014.

SAUSSURE, F. de. *Curso de Linguística Geral*. 34. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.

SCHERRE, M. M. P. *et al.* Reflexões sobre o imperativo em Português. *D.E.L.T.A.*, Araraquara, v. 23, n. esp., p. 193-241, 2007.

SCHMELING, D. G., WOTRING, C. E. Making Anti-Drug-Abuse Advertising Work. *Journal of Advertising Research*, v. 20, n. 3, p. 33-37, 1980.

SCHOPENHAUER, A. *Metafísica do Amor, Metafísica da Morte*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SCHUCHMANN, A. Z. Isolamento social vertical x Isolamento social horizontal: os dilemas sanitários e sociais no enfrentamento da pandemia de COVID-19. *Brazilian Journal of health Review*, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 3556-3576 mar/apr 2020.

SENHORAS, E. M. Novo coronavírus e seus impactos econômicos no mundo. *BOCA*, Boa Vista, ano II, v. 1, n. 2, p. 39-42, 2020.

SFEZ, L. *A comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. *Qu@litas Revista Eletrônica*, Campina Grande, v. 17, n. 1, p. 1-13, 2015.

SILVA, H. R.; MILITO, C. *Vozes do meio fio*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

SILVA, J. V. A verdadeira paz: desafio do Estado democrático. *Perspec*, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 36-43, jun. 2002.

SILVA, L. J. A Globalização da doença. *Revista de Saúde Pública*, São Paulo, v. 37, n. 3, p. 273-274, jun 2003.

SILVA, R.; RODRIGUES, R. *Cemitério Jardim da Paz: uma conscientização sobre o conceito de morte*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda). Centro Universitário de Rio Preto, São José do Rio Preto, 2019.

SOTANG, S. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SOUZA, L. K. Educação para a paz e educação moral na prevenção à violência. *Psic. da Ed.*, São Paulo, v. 25, p. 131-155, 2. sem. 2007.

SOUZA, S. M. R.; SANTARELLI, C. P. G. Análise da imagem publicitária: revisão de alguns modelos. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXIX, 2006.

In: **Anais....** Disponível em

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1508-1.pdf>. Acesso em 7 out 2020.

SPINK, M. J. P.; CORDEIRO, M. P. Psicologia social: a diversidade como expressão da complexidade. In: SOUZA, M. R.; LEMOS, F. C. S. (org.). *Unidade na diversidade*. São Paulo: Escuta, 2009. p. 219-234.

SPOSITO, M. P. Um breve balanço da pesquisa sobre violência escolar no Brasil. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 87-103, jan/jun 2001.

SZABO, I. *Les dimensions internationales des Droits de l'Homme*. Paris: UNESCO, 2000.

TERRIFF, T. *et al. Security Studies Today*. Cambridge: Polity Press, 1999.

THOMSPON, J. B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

TOLENTINO, N. *Na escola, professores: o que é trânsito*. 2006. Disponível em <http://www.educacaotransito.pr.gov.br/pagina-182.html>. Acesso em 10 fev. 2020.

VAN DIJK, T. A. *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto, 2008.

VERMELHO, S. C.; AREU, G. I. P. Estado da arte da área de educação e comunicação em periódicos brasileiros. *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 26, n. 93, p. 1413-1434, set/dez 2005.

VESTERGAARD, T. K. S. *A Linguagem da Propaganda*. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1994.

VIEIRA, S. *Introdução à Bioestatística*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

WASELFISZ, J. J. *Mapa da violência 2013: acidentes de trânsito e motocicletas*. Rio de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, 2013.

WE ARE SOCIAL. *Digital in 2019*. 2019. Disponível em <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em 31 maio 2020.

WEIL, P. *A arte de viver em paz: por uma nova consciência, por uma nova educação*. São Paulo: Editora Gente, 1993.

WERNECK, V. R. Sobre o processo de construção do conhecimento: o papel do ensino e da pesquisa. *Ensaio: aval. pol. públ. Educ.*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 51, p. 173-196, abr/jun 2006.

WHO. World Health Organization. Newsroom. Q&A Detail. *Q&A on coronaviruses (COVID-19)*. World Health Organization, 2020. Disponível em <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/q-a-coronaviruses>. Acesso em 31 maio 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *Global plan for the decade of action for road safety 2011- 2020*. Genebra: WHO, 2011.

ZHU, N. *et al.* A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *The New England Journal of Medicine*. 2020. Disponível em <https://www.nejm.org/doi/10.1056/NEJMoa2001017>. Acesso em 25 maio 2020.

ZILLES, U. *O problema do conhecimento de Deus*. 2. ed. Porto Alegre: Edipucris, 1997.