

---

## **Entre Vilã, Cuidadora e Vítima: A Posição-Sujeito das Mulheres nas Campanhas de Prevenção ao Crack<sup>1</sup>**

Luana Luciana Ribeiro de ALENCAR<sup>2</sup>  
Kátia LERNER<sup>3</sup>

Programa de Pós- Graduação em Informação, Comunicação e Saúde. ICIT. Fiocruz.

### **RESUMO**

Este trabalho teve como objetivo cartografar a posição-sujeito das mulheres nas campanhas de prevenção ao crack a fim de verificar continuidades e/ou rupturas de sentidos sobre o tema drogas no decorrer dos anos analisados (1998, 2003, 2009 e 2019). Para esse objetivo, analisamos quatro campanhas nacionais de prevenção ao uso dessa substância, desde seu marco zero (1998) até a última campanha do Ministério da Cidadania (2019). Utilizamos como aporte teórico a Análise de Discurso Francesa. A análise revelou que a mulher ocupa três principais posições-sujeitos nas campanhas: a de sedutora, na qual se confunde com a representação da própria droga, a de educadora, quando aparece em papéis tradicionais de gênero como professora e assistente social, e a de vítima, quando é identificada com o lugar de usuária.

**PALAVRAS-CHAVE:** drogas; campanhas; saúde; mulheres; comunicação.

### **INTRODUÇÃO**

Após a virada do século XIX para o XX, quando o consumo do que chamamos, nessa época, de drogas foi proibido, os saberes que monopolizaram a temática foram a Medicina e o Direito. Essa preponderância pode ser compreendida à luz do processo descrito por Foucault sobre o nascimento da medicina moderna e da Higiene, quando se iniciou a intervenção médica na intimidade das pessoas, fazendo com que os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Curso de Pós- Graduação em Informação, Comunicação e Saúde. ICIT/ FIOCRUZ - RJ e-mail: alencarlr@hotmail.com.

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

---

profissionais da saúde e educadores, sobretudo, se tornassem especialistas a quem todos deveriam recorrer em busca de soluções para seus males. Esse processo engendrava, também, a reclassificação de determinados comportamentos, até então considerados imorais, como questões médicas, em um processo que alguns autores denominam de medicalização (FOUCAULT, 1981; CONRAD, 1992). No entanto, a dimensão moralizante, ainda que reconfigurada, permanecia presente, sendo a droga associada à esfera da (i)legalidade, o que outorgou ao Direito um lugar estratégico para sentenciar qual seria a pena a ser cumprida, dependendo do caso.

A partir do momento em que a Medicina entrou como ator para legitimar o que seria um uso de drogas patológico, outras questões emergiram como consequência dessa normalização, como a noção de risco. A forma com vemos esse uso nas sociedades contemporâneas passou a ser marcada pela racionalidade biomédica sobrepondo-se, em vários momentos, a outras formas de entendimento, como por exemplo aquele ligado à religiosidade, como prática da tradição herdada de pai para filho, ou ainda como transgressão (por exemplo, na contracultura dos anos 1960's e 1970's). Ainda que subsistam essas perspectivas e outras novas surjam, a saúde adquiriu legitimidade para instaurar uma relação específica com o corpo, que envolvia a permanente interpelação dos sujeitos ao autocuidado, a aposta na ação humana como vetor de obtenção de um futuro (ter saúde e longevidade) e a ênfase sobre a responsabilidade individual para afastar os comportamentos que pudessem trazer prejuízos para o corpo – fosse ele físico ou social.

O processo descrito por Foucault foi se intensificando nas últimas décadas e assumindo novos contornos; a despeito de suas transformações, dois elementos em especial nos interessam: a crescente internalização do cuidado individual e a concepção da saúde como dever do Estado, que gerou ações concretas para a sua prevenção, no âmbito do que este autor denominou de biopolítica (FOUCAULT, 1981). Se os autores acima acionados descrevem esse processo no contexto europeu, ele não obstante também ocorreu, ainda que com características específicas, no Brasil. No contexto contemporâneo isso pode ser visto, por exemplo, pela promulgação da Constituição de 1988, que garantiu o acesso à Saúde como Direito cidadão, bem como a criação de um Sistema Único de Saúde (SUS). A Constituição de 1988 marca o que é de competência da Saúde, e a promoção da Saúde é uma delas, bem como as ações preventivas:

Art. 196. A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação

Art. 198. As ações e serviços públicos de saúde integram uma rede regionalizada e hierarquizada e constituem um sistema único, organizado de acordo com as seguintes diretrizes:

I - descentralização, com direção única em cada esfera de governo;  
II - atendimento integral, com prioridade para as atividades preventivas, sem prejuízo dos serviços assistenciais; (CONSTITUIÇÃO FEDERAL BRASILEIRA, Seção II DA SAÚDE)

A perspectiva preventivista é, portanto, constitutiva da Constituição de 1988, e junto a ela observam-se outras iniciativas posteriores – como leis, resoluções e ações –, em especial aquelas relacionadas às Políticas de Prevenção a Drogas que impactaram as abordagens sobre o uso problemático dessas substâncias. Em 2014, o Conselho Nacional de Álcool e Drogas (CONAD), ainda que parte do Ministério da Justiça, fixou diretrizes para campanhas de prevenção ao uso de drogas, mais afim à redução de danos e à subjetividade dos indivíduos.

Com a normativa, as atividades preventivas de qualquer natureza, em relação ao uso de drogas, deverão dirigir as ações de educação preventiva com foco na pessoa e seu contexto familiar, social e econômico, e buscar desestimular o uso inicial, diminuir os riscos e danos associados ao seu uso problemático e incentivar a diminuição do consumo. (CONAD, 2014)

A promoção da Saúde, que é um dos valores do SUS, também entra nessas diretrizes:

...as campanhas deverão priorizar os fatores de proteção como meio de redução de risco e de vulnerabilidade, reconhecer a pessoa que faz uso de drogas como cidadão - dotado de direitos e deveres. Também devem ser foco das ações a promoção da saúde e do estilo de vida saudável e a apresentação de diferentes visões sobre o tema para desconstruir estigmas sobre as pessoas que fazem uso de drogas. Para isso é necessário evitar associações e vinculações, por meio de texto ou imagem, com grupos sociais específicos e evitar o uso de termos pejorativo. CONAD, <https://www.justica.gov.br/news/conad-fixa-diretrizes-nacionais-para-campanhas-de-prevencao-de-drogas>

A despeito dos avanços no discurso sobre a problemática das drogas, que por muito tempo foram tratadas como caso de polícia mas que, a partir de um dado

momento, passaram a ser vistas também no campo das políticas públicas e em especial da saúde<sup>1</sup>, identifica-se, não obstante, a permanência da dissonância entre leis e ações sobre o tema. Referimo-nos, em especial, ao caso das campanhas, que muitas vezes apresentam abordagens muito distintas daquelas aconselhadas pelas próprias políticas. Mais ainda, as ideias de prevenção e promoção à Saúde, constitutivas das diretrizes do SUS, apresentam ambiguidades. Pois uma vez considerado o uso problemático “previnível”, o Estado passa a desenvolver políticas públicas de prevenção ao uso de drogas, como as campanhas, mas ao mesmo tempo ao sujeito é outorgada a responsabilidade e o risco de seu uso, bem como é atribuído a ele o lugar de ser um possível risco para a sociedade. Se a Constituição de 1988 afirma que a Saúde é um Direito de todo cidadão brasileiro, o discurso das campanhas coloca sobre o indivíduo a responsabilidade por suas escolhas. Seria dizer: promoção da saúde com a condição de que você faça sua gestão de risco para que o Estado seja capaz de ofertar cuidados.

A partir deste cenário, interessa-nos nesse artigo entender os modos de prevenção ao uso de drogas veiculados pelas políticas públicas do país, mais especificamente nas campanhas contra o uso de crack. O objetivo é verificar as continuidades e/ou rupturas de sentidos sobre o tema drogas no decorrer do período analisado. Como este trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento sobre mulheres usuárias de crack, esses sentidos que buscamos são guiados pela figura das mulheres nessas campanhas. Teremos especial atenção aos modos como a noção de risco foi construída, seja o risco de assumir fazer uso de drogas, seja o risco de se colocar como risco para si e para a sociedade.

Analisaremos quatro grandes campanhas nacionais sobre o combate ao uso de crack, leia-se por combate a prevenção. O corpus sobre o qual trabalhamos foi definido por todas as campanhas de prevenção ao uso de crack veiculadas a nível nacional até hoje, a saber, quatro marcos: 1998, 2003, 2009, 2019. Para tal objetivo, tomaremos o conceito de posição-sujeito da Análise de Discurso para cartografar quais as posições-sujeitos no discurso das campanhas as mulheres ocupam.

A posição-sujeito (PÊCHEUX, 1988) configura-se como um objeto imaginário que ocupa seu espaço no processo discursivo. Desta forma o sujeito não é um, mas comporta distintas posições-sujeito, variantes conforme as formações discursivas e ideológicas em que o sujeito se inscreve, ou seja, faz parte do descentramento do sujeito

---

<sup>1</sup> Destacamos que na já no primeiro DSM, em 1952, o uso problemático de drogas passou a ser tratado como transtornos de Saúde Mental e, mesmo antes desse marco, pessoas eram levadas aos manicômios como doentes mentais. Atualmente, o uso abusivo de drogas é tratado como problemas de Saúde Mental

falar-se em posições-sujeito. O sujeito se constitui em posições-sujeito  
(BRASIL, 2011, p.174)

A escolha sobre a questão de gênero no nosso artigo se justifica, pois há toda uma particularidade em ser mulher. Dentro dessa norma, a mulher é uma minoria que é vigiada e punida duplamente. Muitas mulheres usuárias de drogas têm medo de procurar ajuda e serem julgadas por serem mães e estarem fazendo uso dessas substâncias (ALBUQUERQUE & NOBREGA, 2016, p.3). Algumas afirmam terem medo de perder a guarda dos filhos, fora as inúmeras violências sofridas, como psicológicas, físicas e sexuais. Algumas delas passam a se prostituir. Logo, trata-se de uma população em condição de vulnerabilidade e se estamos trabalhando com políticas públicas de prevenção justifica-se essa investigação, de maneira a poder contribuir cientificamente com dados que possam ajudar na prevenção e promoção da saúde desses sujeitos.

#### **Drogas: nem morto (1998)<sup>4</sup>**

A primeira campanha analisada, veiculada em 1998, foi promovida pela Associação Parceria Contra Drogas, uma Organização Não Governamental, aprovada pelo CONFEN, MJ<sup>5</sup>. Intitulada “Drogas: nem morto”, trata-se de um compilado de pequenas campanhas sobre prevenção ao uso de drogas. Na primeira delas, que é justamente sobre o crack, quem figura é a atriz Cláudia Ohana.

Embora no final dos anos 1990 ainda não se falasse na mídia tradicional em “epidemia de crack”, é uma campanha de crack que abre esse leque de outras campanhas da década. Nessa peça, a atriz é a personificação do crack. Ela é a droga corporificada em uma mulher que seduz, com um vestido vermelho e batom de mesma cor. A mulher sobe o vestido, passando a mão na sua coxa e em seus cabelos. Ao fundo a música também mobiliza sentidos de sedução. A câmera vai subindo desde as pernas desnudas, passa pela barriga igualmente desnuda até focar no rosto da atriz, que estava de costas, e vira olhando de maneira sedutora para o público, dizendo: “Muito prazer, meu nome é crack. Eu levo apenas 15 segundos para chegar ao seu cérebro”.

Ao dizer as primeiras frases, a câmera desce do rosto da mulher aos seios, depois dá outro close nas coxas e, em seguida, a atriz-personagem diz.: “15 minutos depois, você está me querendo de novo”. Nesse momento, a cena muda e aparece uma casa velha e degradada, com as paredes sem reboco e com a atriz com a maquiagem borrada,

---

<sup>4</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=sAnQFmz3OqE&t=11s>>

<sup>5</sup> Conselho Federal de Entorpecentes (CONFEN), quem em 1998 foi transformado no Conselho Nacional AntiDrogas (CONAD)

principalmente o lápis de olho sobre todo o rosto. O som muda e o que a atriz passa a dizer ressoa em eco/grito e o “me querendo de novo” é sussurrado numa ambiguidade de sentidos entre o caráter sexual e uma súplica. Em seguida, o texto continua: “Me querendo para acabar com uma depressão profunda”.



**Figuras1 e 2: Campanha *Drogas Nem Morto***

A partir desse momento o som começa a ser incômodo, de suspense/medo e a atriz olha de um lado para o outro como se estivesse sendo perseguida. Já nessa hora ela está agachada no chão, com medo e desamparada. A câmera corre pela casa velha e volta ao corpo nu da mulher, nudez essa não mais sexualizada, mas revestida de um sentido de degradação pelo uso da droga. Mais uma vez a frase é dita: “uma depressão profunda”.

Novamente ela volta a falar como a droga: “eu sou bem popular, muito popular”. Essa está com o rosto manchado de batom vermelho e ela gangorra, balançando em si mesma, sentada de cócoras. Depois ela aparece dentro de uma gaiola e diz “boia fria, moleque de rua”. Ela aumenta o tom de voz e continua: “até quem não tem onde cair morto sempre arruma uma graninha para...” “me consumir”. Destacamos o “me consumir”, pois a entonação da atriz é novamente sussurrada e sedutora, justamente em uma frase que pode ser uma metáfora sexual.

Agora as imagens se intercalam entre ela dentro da gaiola e ela fora da gaiola nua, molhada e suja. “Eu sou feliz, eu sou tão feliz”, diz a mulher se esfregando suja debaixo do que parece uma banheira. Mais uma vez a voz muda. Agora para um tom forte, imperativo e gutural. “Você vai me fumar dia e noite. Nós só vamos nos separar quando eu te provocar danos cerebrais irreversíveis”. Nesse ponto a atriz está vestida, mas com trapos do antigo vestido vermelho. “Mas aí, eu já estou em outra ou em outro. Meu nome é crack”. Nessa frase final a música não é mais agressiva e ela volta a estar

---

vestida como no início da campanha. É válido ressaltar que a frase “estar em outra” também nos remete a um relacionamento entre casal.

### **Crack, nem pensar (2009)<sup>6</sup>**

A segunda campanha analisada foi lançada na década seguinte, em 2009, pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), com apoio do Conselho Nacional do Ministério Público e produzida pelo grupo RBS. Trata-se da primeira campanha nacional, veiculada, voltada exclusivamente para a prevenção de crack. Ela começa com uma tela preta e um locutor dizendo “Prepare-se para ver imagens chocantes e de forte impacto emocional. Mas, por favor, não tire os seus filhos da sala”. Aparece um homem branco atrás das grades, a imagem é em preto e branco e o rapaz está sujo. A imagem trêmula passa para uma menina branca sentada em uma escada, suja, com olheiras profundas, zumbificada. Fazemos uma importante pontuação nesse trecho. A associação de usuários de crack em cenas de uso aberta a zumbis faz parte de uma narrativa construída por diversos atores sociais, entre eles os próprios usuários. O espaço que temos é curto para trazermos discursos de outras materialidades que fazem tal associação, mas as imagens dessa campanha trazem à tona toda uma memória discursiva sobre esse lexema.

Recorrendo a exemplos etnográficos, eles mostram como as situações de exploração, sobretudo dos corpos de pessoas, só são possíveis porque se ligam intimamente à criação de um léxico que as aloca no reino da natureza ou em um imaginário monstruoso. Trazendo para o meu contexto, mais uma vez, não é de estranhar então as narrativas que visam tirar a “humanidade” dos usuários de crack, colocando muitos deles na categoria de “zumbis”. Recorrência narrativa e expressiva quando se fala dos usuários de crack, congregando e potencializando a representação de um tipo social fora da humanidade, de que é exemplo o seguinte trecho: “Farrapos enrolando restos de humanidade (...). Durante o dia dormem espalhados em qualquer lugar, à noite tornam-se zumbis alucinados em busca de alguma coisa que a droga coloca na sua frente. (...) ( RUI, 2012, p.160)

A campanha continua com a voz do locutor dizendo: “As crianças e os adolescentes são as maiores vítimas do crack”. A menina desaparece e surge um homem deitado com uma garrafa cheirando o conteúdo que há dentro. Seu pulso está sangrando.

---

<sup>6</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=wrogehpYUsE>>





**Figuras 3, 4, 5 e 6: : Campanha *Crack, nem pensar***

Em seguida, aparece outra mulher branca, suja, que está chorando. “É uma droga tão devastadora que pode viciar logo na primeira vez...” A mulher pisca e volta. O locutor continua. Desta vez um homem está deitado em um colchão sujo, totalmente sob o efeito da droga. “E provocar as piores consequências”. Uma mulher maltrapilha aparece sentada em uma parede pichada, em um lugar que parece ser uma casa velha ou rua abandonada. No local, aparente cena de uso, há muita sujeira. A campanha continua: “dor, prostituição”. Agora aparece um homem negro morto sentado sobre uma ponte e o locutor prossegue: “roubos e assassinatos são algumas delas”. Uma mulher entra em cena, uma senhora com a pele envelhecida e com um olho semicerrado. Bruscamente a câmera dá um close no rosto dela e o locutor diz: “Não feche os olhos para essa realidade”. A tela fica preta e a campanha termina com as palavras: “Crack, nem pensar. Aparece, também, o site da campanha.

### **Crack, é possível vencer (2013)<sup>7</sup>**

Essa campanha foi lançada pelo Ministério da Justiça em 2013 e teve duração de três meses. A primeira coisa que nos chama a atenção é que, embora a nova Lei sobre drogas de 2006 frise que o uso de drogas é questão de saúde pública, a política pública

<sup>7</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=0BJMITHtScw>>

---

de prevenção por campanha fica a cargo do Ministério da Justiça, havendo uma discrepância entre discurso e atuação.

Se em 1998 o crack usado uma vez destruiria definitivamente uma vida, agora não, pois “é possível vencer”. Percebemos esse deslocamento de sentido, do que antes era impossível, para o possível. Mas como vencer?

A campanha começa mostrando uma gaiola e uma voz masculina ao fundo dizendo: “Crack. Uma droga perigosa que pode causar dependência, tirando a liberdade de quem usa”. Ainda em um discurso proibicionista sobre o crack, a campanha usa verbos no subjuntivo ao invés do imperativo, como é o caso da primeira campanha que vimos. Podemos dizer que há um certo avanço, pelo uso de crack estar sendo tratado com mais afinidade à Lei sobre Drogas e aos estudos científicos, que apontam ser possível parar com uso da droga ou fazer uma redução de danos.

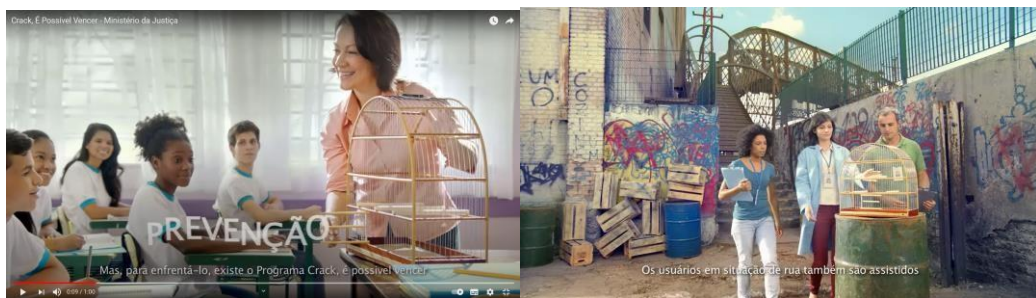
Continuando, a cena muda para uma sala de aula, em que a professora abre a gaiola e voz de fundo continua: “Mas, para enfrentá-lo, existe o programa Crack, é possível vencer [nesse momento, da gaiola que a professora abre sai a palavra Prevenção, amplamente usada no campo da Saúde] que já capacitou diversos profissionais de diversas áreas, entre eles educadores para orientar sobre o risco das drogas”. De dentro da gaiola saem as palavras “Formação de jovens mais conscientes”. Agora um médico abre a porta da gaiola de onde sai a palavra “Cuidado”, outro significante usado na Saúde.

O locutor prossegue: “Os dependentes e suas famílias recebem cuidado integral nos centros de atendimento de saúde e nas comunidades terapêuticas.” Enquanto fala, da gaiola saem as palavras “atendimento especializado” e, em seguida, aparece a imagem de um Centro de Atenção Psicossocial (CAPS). “Os usuários em situação de rua também são assistidos por equipes de assistência social e saúde”. Uma equipe de saúde aparece descendo uma escada para uma rua sem saída, onde parece que essas pessoas em situação de rua podem morar. A frase “equipe de acolhimento nas ruas também sai da gaiola”.

Um policial aparece, abre novamente a gaiola de onde sai a palavra “Autoridade”. “E para enfrentar o tráfico de drogas, o Programa integra as ações de inteligência das Polícias Federal, Rodoviária Federal, estaduais e guardas municipais. As cidades também ficam mais seguras”. O *close* em uma viatura onde está escrito “Crack, é possível vencer”.

Outro policial aparece, mas segurando a gaiola de onde sai a frases “ Mais segurança nas cidades”. A voz de fundo continua “com a rede de monitoramento e uma polícia mais próxima da comunidade.” Uma mulher aparece igualmente segurando a gaiola, de onde sai a frase: “Ligue 132”. A locução continua: “O programa Crack, é possível vencer...” A imagem muda para um profissional da saúde com a gaiola na mão de onde sai a frase “Informe-se, participe”. Locução: “está em todos os estados porque esse desafio é de todos”.

Um grupo de pessoas aparece com gaiolas nas mãos: professoras, policiais, profissionais de saúde e algumas pessoas da população. Na imagem aparece o site do programa, o nome “Crack, é possível vencer”, a Frase “Informe-se e participe”, juntamente com o número 132, e o fim da locução: “Informe-se, participe, Ministério da Justiça, Governo Federal.”.



**Figuras 7 e 8: Campanha *Crack, é possível vencer***

Encontramos nessa campanha um discurso mais alinhado com as políticas nacionais sobre o consumo de drogas, mais afim à Saúde. Percebemos isso inclusive nas cores mais claras e suaves, como o azul, vermelho e branco. O uso de drogas é tratado mais como problemas de saúde do que caso de polícia. Embora a figura da gaiola, presente na primeira campanha, também apareça, seu significado não aponta para a metáfora da droga como uma prisão inexorável, mas sim de uma condição a ser “vencida” por meio do auxílio de um conjunto de valores e atores (educação, consciência, cuidado, acolhimento, autoridade, segurança; professores, assistentes sociais, médicos, policiais), apontando a saúde e a segurança como os domínios dessa atuação. Todo discurso deve considerar o contexto em que circula, e vale pontuar que o sujeito também é fruto da história e seus desdobramentos. Na época em que essa

campanha circula, tínhamos uma tentativa do governo Dilma de abordar o tema em consonância com a nova Lei de Drogas aprovada em seu mandato.

### **Você nunca será livre se escolher usar drogas (2019)<sup>8</sup>**

Essa campanha foi lançada em 2019, pelo ex-ministro da Cidadania Osmar Terra. Na época, Osmar Terra contratou uma pesquisa pois discordava daquela feita em 2014 pelo Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnologia em Saúde, da Fiocruz, coordenada por Francisco Inácio Bastos e Neilane Bertoni dos Reis (Pesquisa Nacional sobre o Uso de Crack). Um dos desígnios da pesquisa foi verificar se havia ou não a chamada “epidemia de crack”, expressão usada nas narrativas da grande mídia, devido às cenas de uso aberta conhecidas popularmente como cracolândias, divulgada de maneira descontextualizada e não problematizada por esses mesmos veículos. A pesquisa constatou que não havia uma epidemia de crack como a grande mídia e parte da população acreditavam.

Nessa campanha sobre crack, especificamente<sup>9</sup>, aparece uma adolescente ruiva cabisbaixa, com roupas limpas. A câmera foca na menina e vai abrindo até mostrar a palavra crack por inteira. Uma das letras da palavra segurava a menina, que diz: “Eu também já tive a sua idade. Eu era cheia de amigos, estudava... Eu tinha um futuro inteiro pela frente. Foi quando eu usei o crack pela primeira vez.” O vídeo rapidamente mostra a palavra crack inteira e a menina pendurada, não conseguindo se livrar dos braços que a letra A tinha e a prendia. Aparece uma frase “Você nunca será livre se escolher usar drogas”. O cenário vai se borrando até desaparecer. Aparece em primeiro plano „Saiba mais em ...” o site, o número – que agora é 121 – E: Ministério da Cidadania, Pátria Amada Brasil Governo Federal.



<sup>8</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=a4hj20vN5CY>>

<sup>9</sup> A campanha consistia em um compilado de pequenos vídeos sobre diversas drogas.

---

**Figuras 9 e 10: Campanha *Você nunca será livre se escolher usar drogas***

Observa-se, novamente, a ideia de prisão, expressa dessa vez não por uma gaiola, mas pela fixação da jovem na letra A e a oposição à palavra “livre”. Também recorrente é o fato da personagem em foco ser jovem, branca, de aparência de classe média, heterossexual e cisgênera; aqui, a ideia de um futuro interrompido se impõe. Trata-se de uma posição inequívoca de vítima, cujo futuro feliz foi destruído pelo uso da substância, supostamente promotora de um dano imediato e irreversível.

**A posição-sujeito das mulheres nas campanhas**

Um dado importante inicial a ser destacado é que nenhuma das campanhas nacionais analisadas foi feita pelo Ministério da Saúde. Todas, em maior ou menor instância, estão atreladas ao Ministério da Justiça e da Cidadania, o que nos aponta para um descompasso entre o discurso das políticas públicas, que deslocara o tema do uso problemático de drogas do campo da polícia para o da saúde, e a sua efetiva implementação. Essa permanência se expressa, também, se fizermos uma comparação entre o discurso hegemônico presente em atores como mídia e polícia e população, uma vez que essas campanhas estão, em geral, em consonância com esses discursos, conforme apontado em trabalho anterior (ALENCAR; LERNER; ALVES, 2020). A única que faz o esforço de tratar o problema das drogas de um modo interdisciplinar foi a campanha “Crack, nem pensar”, de 2013.

No que diz respeito propriamente à questão da posição-sujeito das mulheres que aparecem nas campanhas que descrevemos, uma primeira observação merece ser feita. O que está em jogo é *o sujeito do discurso*, e não quem realmente as usuárias de droga são, mesmo porque nas campanhas são mulheres que encenam. Mas essa encenação é afetada por formações discursivas e que tinham certas intencionalidades. Uma delas, textualizada por Mitchell, no texto “O que as imagens realmente querem?” (2015), é o poder. Ao falar do poder das imagens e das pinturas, o autor diz que um de seus objetivos é atrair o espectador, prender seu olhar e finalmente encantá-lo (ou escandalizar SIC): “Elas apelam a modelos de imagens “semióticos” ou “discursivos” que as revelam como projeções da ideologia, tecnologia de dominação às quais a crítica atenta deve resistir” ( MITCHELL, 2015, p.186).

---

Na campanha 1 a mulher ocupa a posição-sujeito de sedutora. A relação sedução e pecado nos remete à antiga mitologia do Gênesis, em que a mulher é quem seduz e faz o homem comer do fruto proibido. Ela é, na campanha, a materialização da própria droga, associada a algo ruim, que mata, destrói, retira do paraíso e leva ao inferno, se formos assim metaforizar.

Na campanha seguinte, de 2009, os usuários de crack trazem o imaginário. Como sabemos, não há cura para um zumbi e um zumbi oferece perigo aos outros. Como se trata um zumbi? Matando. Portanto essa posição-sujeito de zumbi retira a humanidade da mulher, ainda mais quando se diz “Crack, nem pensar”. Um zumbi não pensa. Não é humano, não tem cura. Entretanto a posição de vítima também aparece quando se diz que crianças e adolescentes são as maiores vítimas do crack, muito embora nem um dos dois apareçam na cena de uso de crack mostrada. Não há muita distinção entre homens e mulheres, a posição-sujeito da mulher é menos marcada pelo imaginário do feminino como perigo ou fragilidade. A droga destrói a todos igualmente. É importante destacar que há um silenciamento da figura da mulher negra. Na primeira campanha, nessa e nas seguintes, todas as mulheres, usuárias ou não, são brancas. Da mesma forma, estão ausentes outros marcadores sociais (classe, orientação sexual, geração), naturalizando-se a presença majoritária de jovens brancas, aparentemente de classe média, heterossexuais e cisgêneras.

Já na campanha 3, que é a mais afim ao discurso da Saúde, a mulher ocupa a posição sujeito de professora e cuidadora. Há sempre essa relação de uma construção social da mulher como cuidadora, a responsável por instruir e ensinar, seja no lar ou em outros cenários. No que diz respeito ao crack, a mulher não é vilã nem vítima, mas a “salvadora”, a que cuida e instrui. Essas são professoras e assistentes sociais.

Por fim, essa mesma distância entre o perfil sócio-econômico e racial das demais campanhas está presente na última, o que é denunciado nos comentários do vídeo e na Pesquisa Nacional sobre o uso de Crack, em que as mulheres entrevistadas se consideram não-brancas (p.88): “KKKKKKKKKKKKKKKKKKKK Vem aqui na minha quebrada q c vai ve como é um usuário de crack de vdd !”; “ate que ela ta bem arrumada pra ser usuária de crack... aguardando a versão "politico + cocaina" mete bronca”; “Pow, pelo menos suja os atores, agora as paty vão se sentir representadas e ver que o Crack é pra elas tb”; “Vocês são uma piada mesmo”.



---

Essa jovem ocupa uma posição-sujeito de vítima e, ao contrário das outras campanhas, traz características distintas. Ela aparece “higienizada”, não há qualquer elemento que remeta à pobreza: está limpa, com roupas novas e igualmente limpas e não está em uma cena de uso de crack. Essa mulher/menina, que se apresenta como “mais velha” que os adolescentes, sendo uma jovem, ocupa a posição sujeito de vítima que usou crack pela primeira vez e estará para sempre presa. É curioso o fato de que a metáfora da gaiola e da perda da liberdade perpassa a maioria dessas campanhas. Sabemos que a noção de liberdade individual também nos remete à noção de risco: eu escolho ser livre ou não.

### **Considerações Finais**

Há, pela legislação, uma tentativa de tratar o uso de drogas como um problema do campo da Saúde. Até o próprio Ministério da Saúde tentou fazer isso, pelo CONAD, mas sem muito sucesso. Há 16 anos que se tenta tratar o tema como problema de saúde pública, desde a Lei de Drogas de 2006, ainda no governo Dilma Rousseff, mas as drogas ainda continuam sendo caso de polícia, de produção de estigma com atores invisibilidades e a segunda maior causa de encarceramento no Brasil – majoritariamente pretos, jovens e pardos – , mesmo que a maioria dessas encarceradas não sejam traficantes, mas usuárias.

Se pudéssemos resumir cada campanha em uma palavra para retratar cada mulher, poderíamos dizer: sedutora, zumbi/, educadora e vítima. No primeiro caso, ela se confunde com a representação da própria droga, evocando sentidos de pecado e destruição associados ao feminino; no caso da educadora, reflete papéis tradicionais de gênero como professora e assistente social, mas distanciada da droga e referida ao seu enfrentamento. Temos, ainda, uma posição de vítima, quando é identificada com o lugar de usuária. No entanto, nessa categoria há dois momentos distintos de sua representação enquanto tal: uma degradada, outra “higienizada”, que demanda aproximação, identificação com as jovens de famílias de classe média. Em todos os casos, há um claro descompasso entre as mulheres mostradas e grande parte da população efetivamente afetada pelos usos da substância (camadas pobres e negras). Observa-se, ainda, semelhanças entre a última campanha e as primeiras, revelando a volta de uma perspectiva mais moralizante sobre o tema.

---

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, CS; NOBREGA, M.P.S.S. **Barreiras e facilidades encontradas por mulheres usuárias de substâncias psicoativas na busca por tratamento especializado.** Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1806-69762016000100004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-69762016000100004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt). Acesso em 7 agost de 2019.
- ALMEIDA, F. N. **O que é Saúde?** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz: 2011.
- BASTOS, F. I; BERTONI, N. (Org). **Pesquisa Nacional sobre o Uso de Crack.** Rio de Janeiro: Editora ICICT/FIOCRUZ, 2014.
- BRASIL, L.L. **Michel Pêcheux e a Teoria da Análise de Discurso: Desdobramentos Importantes para a Compreensão de uma Tipologia Discursiva.** Linguagem - Estudos e Pesquisas Dól. 15, n. 01, p. 171-182, jan/jun 2011. doi: 10.5216/lep.v15i1.25149 Disponível em <file:///C:/Users/Dell/AppData/Local/Temp/32465-Texto%20do%20artigo-136767-1-10-20141023.pdf> Acesso em 11 de agost 2021.
- CONAD. **Conad fixa diretrizes nacionais para campanhas de prevenção de drogas.** Disponível em < <https://www.justica.gov.br/news/conad-fixa-diretrizes-nacionais-para-campanhas-de-prevencao-de-drogas>>. Acesso em 05 de agost. 2021.
- CONRAD, P. Medicalization and social control. **Annu. Rev. Sociol.** 1992 18:209-32, 1992.
- IORE, M. **Uso de "drogas": controvérsias médicas e debate público.** Campinas: Mercado de Letras/Fapesp, 2006.
- FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1981.
- MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA Pública. **Levantamento Nacional de Informações Penitenciárias. Atualização.** Disponível em < <http://antigo.depen.gov.br/DEPEN/depen/sisdepen/infopen/relatorios-sinteticos/infopen-jun-2017-rev-12072019-0721.pdf>> Acesso em 8 de agost. de 2022
- MITCHELL, W. J. T. O que as imagens realmente querem? In: ALLOA, Emmanuel. **Pensar a imagem.** 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015. (Coleção Filô/ Estética)
- ORLANDI, E. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos** (8ª ed.) Campinas.
- RUI, T. **Corpos abjetos: etnografia em cenários de uso e comércio de crack.** 2012. 335 p. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280382>>. Acesso em: 20 ago. 2018.