

O PROBLEMA É NÃO VER O PROBLEMA Uma visão semiótica da campanha “o machismo mata”

Kátia Bizan¹

Resumo

A campanha em redes sociais denominada “o machismo mata” recebe cada dia mais integrantes que divulgam os ideais do feminismo para igualdade de gênero não só no Brasil como no mundo. A campanha reforça a solicitação da luta contra a violência contra a mulher, sendo que em nosso país 536 mulheres foram vítimas de agressão física a cada hora em 2018, segundo pesquisa “Visível e Invisível – A Vitimização de Mulheres no Brasil” - 2ª Edição - realizada pelo Datafolha e Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Esse artigo busca demonstrar que o machismo mata e os números, que não são tão amplamente divulgados, fazem parte do patriarquismo enraizado na cultura, o qual aceita que mulheres sejam agredidas e mortas por motivos banais arraigados como “normais” e, muitas vezes, sendo justificados pelo agressor ser homem. Já o feminismo, contestado até por mulheres, tenta fazer a igualdade de gênero ser aceita para libertação da mulher e do homem, pois ele também está preso a uma cultura machista em que responde por suas posições cobradas pela sociedade, ações que não seriam necessárias se houvesse a igualdade de responsabilidades e liberdade. Vemos que mesmo com leis como a “Maria da Penha”, o feminicídio e a agressão contra as mulheres continuam. A humanidade, mesmo após tantas invenções que poderiam ser consideradas impossíveis, não consegue entender a necessidade da igualdade entre os gêneros na sociedade mundial para extinção de qualquer tipo de violência, principalmente, relacionado ao gênero. O patriarquismo, sendo uma norma social em que homens adultos sustentam o poder primário e dominam funções de liderança na política, autoridade, privilégios sociais, prioridade no controle das propriedades, cargos executivos e domínio familiar, prejudicou muito o desenvolvimento feminino na sociedade e, até hoje, entendemos que ele influencia negativamente o movimento da mulher como ser atuante social e intelectualmente com a equivalência de direitos. Empregaremos da análise semiótica para o estudo desta campanha em conjunto com pesquisas bibliográficas, utilizando como principais referências: A Dominação Masculina, Pierre Bourdieu; Falo, a sagrada imagem do masculino, Eugene Monick; Violência Contra Mulheres: a Vulnerabilidade Feminina e o

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo – E-mail: k.bizan@gmail.com

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

Perfil dos Agressores, Adriana Maria Bigliardi e Maria Cristina Antunes; Semiótica, Charles Sanders Peirce.

Palavras-chave: machismo; feminicídio; patriarquismo; violência; feminismo.