

# Estudo de caso *powerless queen*: campanha de conscientização sobre a questão da mulher na Índia

*Powerless queen case study:  
awareness campaign on women's issues in India*

**Débora Ferreira Garcia**  
[deboragarcia028@gmail.com](mailto:deboragarcia028@gmail.com)  
Fatec Carapicuíba

**Anna Redistuo**  
[anaredistuo@gmail.com](mailto:anaredistuo@gmail.com)  
Fatec Carapicuíba

**Emily Batista Lobo**  
[emily15\\_lobo@hotmail.com](mailto:emily15_lobo@hotmail.com)  
Fatec Carapicuíba

**Victor Henrique Nilo Assumpção**  
[victorh.assumpcao@gmail.com](mailto:victorh.assumpcao@gmail.com)  
Fatec Carapicuíba

**Gabriely Melo Aprijo de Farias**  
[gabriely.contatoif@gmail.com](mailto:gabriely.contatoif@gmail.com)  
Fatec Carapicuíba

**Carlos Alexandre Andrade de Sousa**  
[calexandrebr142@gmail.com](mailto:calexandrebr142@gmail.com)  
Fatec Carapicuíba

**Sandra Trabucco Valenzuela**  
[trabuccovalenzuela@gmail.com](mailto:trabuccovalenzuela@gmail.com)  
Fatec Carapicuíba

## RESUMO

O presente estudo de caso visa analisar a campanha intitulada *Powerless Queen*, criada em 2018, a qual discute a conscientização sobre a questão da mulher na Índia. Uma pesquisa realizada pela instituição Fundação Thomson Reuters, com a participação de 550 especialistas nas questões das mulheres, questionou-se sobre quais seriam os cinco dos 193 países das Nações Unidas mais perigosos para as mulheres; a Índia foi eleito o pior e também em termos de assistência médica, recursos econômicos, práticas culturais ou tradicionais, violência e abuso sexual, violência não-sexual e tráfico humano. Nesse contexto, a ideia de conscientizar as pessoas do cenário desolador que vivem milhões de indianas cotidianamente, e buscar de alguma maneira, contribuições para a Nanhi Kali, ONG que se concentra na educação de meninas carentes desde 1996. A campanha foi lançada com um vídeo apresentando pela segunda melhor jogadora de xadrez da Índia, a Grande Mestre Tania Sachdev, que desafiava as pessoas a jogar no site e no *app* e tentar vencê-la no jogo com uma rainha impotente. A campanha “Powerless Queen” foi criada para a organização sem fins lucrativos Nanhi Kali, para divulgar o projeto que tem como principal objetivo educar meninas carentes na Índia. Nanhi Kali (que significa “pequeno botão”) foi criado em 1996, por Anand Mahindra, Presidente do grupo Mahindra.

**PALAVRAS-CHAVES:** Campanha Powerless Queen, Marketing digital, Educação feminina, Educação feminina na Índia.

### ABSTRACT

*This case study aims to analyze the campaign entitled *Powerless Queen*, created in 2018, which discusses raising awareness about women's issues in India. A survey conducted by the Thomson Reuters Foundation, with the participation of 550 experts on women's issues, asked which of the 193 United Nations countries were the most dangerous for women; India was voted the worst and was also the worst in terms of health care, economic resources, cultural or traditional practices, sexual violence and abuse, non-sexual violence and human trafficking. In this context, the idea was to raise awareness of the desolate scenario that millions of Indian women live in every day, and to seek some way to contribute to Nanhi Kali, an NGO that has focused on the education of underprivileged girls since 1996. The campaign was launched with a video presented by India's second best chess player, Grandmaster Tania Sachdev, who challenged people to play on the website and app and try to beat her in the game with a powerless queen. The “*Powerless Queen*” campaign was created for the non-profit organization Nanhi Kali, to promote the project that aims to educate underprivileged girls in India. Nanhi Kali (meaning “little bud”) was created in 1996 by Anand Mahindra, Chairman of the Mahindra Group.*

**KEY WORDS:** *Powerless Queen Campaign, Digital Marketing, Girls Education, Girls Education in India.*

## INTRODUÇÃO

### 1. A EDUCAÇÃO FEMININA NA ÍNDIA

A Índia é um país culturalmente rico e cheio de belezas naturais, porém também conhecido internacionalmente como um dos piores países para se nascer mulher. A cultura milenar carrega tradições enraizadas que propagam a diferença de gênero no país. Uma pesquisa<sup>1</sup> realizada pela instituição *Fundação Thomson Reuters*, com a participação de 550 especialistas nas questões das mulheres, questionou-se sobre quais seriam os cinco dos 193 países das Nações Unidas mais perigosos para as mulheres; a Índia foi eleito o pior em termos de assistência médica, recursos econômicos, práticas culturais ou tradicionais, violência e abuso sexual, violência não-sexual e tráfico humano.

No Dia Internacional da Mulher de 2021, constatou-se que 20 milhões de mulheres não têm acesso à educação na Índia (em 2018<sup>2</sup>), na mesma Índia onde no século VI foi inventado o xadrez, que tem, como peça mais poderosa, a Rainha, e que hoje, mais de dois mil anos depois, padece com a misoginia que nega os direitos básicos, como o ensino. Surgiu nesse contexto a ideia de conscientizar as pessoas do cenário desolador que vivem milhões de indianas cotidianamente, e buscar de alguma maneira, contribuições para a Nanhi Kali<sup>3</sup>, ONG que se

<sup>1</sup> Disponível em: <http://feministsindia.com/india-ranked-worst-g20-country-for-women/> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://shortyawards.com/3rd-socialgood/powerlessqueen> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.nanhikali.org/our-history/> Acesso em: 06/12/2024.

concentra na educação de meninas carentes desde 1996. A campanha foi lançada com um vídeo<sup>4</sup> apresentando pela segunda melhor jogadora de xadrez da Índia, Tania Sachdev, que desafiava as pessoas a jogar no site<sup>5</sup> e *app* e tentar vencê-la no jogo com uma rainha impotente.

Figura 1 - “Como é jogar Xadrez com uma #RainhaSemPoder?”.



Fonte: Peça de divulgação da campanha #Poweless Queen.<sup>6</sup>

Criou-se uma campanha que constrói uma metáfora do xadrez e da vida, retirando-se de milhares de indianas uma peça importante — a educação — entendida como a Rainha. Como vencer sem esse elemento importante? Como conquistar novas possibilidades amarrada? Como articular sem ter movimento? Como escutar a voz amordaçada? Assim, criar um jogo onde a rainha não tem a menor possibilidade de se movimentar contra o oponente, que possui privilégio da movimentação, fez os olhos do mundo se voltarem para essa situação.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kx8l4JOSDAU> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.powerlessqueen.com/> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://shortyawards.com/3rd-socialgood/powerlessqueen> Acesso em: 06/12/2024.

Figura 2 – Tania Sachdev, jogadora de xadrez indiana, Mestre Internacional e Grande Mestre da Federação Mundial de Xadrez, rosto da campanha #PowerlessQueen.



Fonte: Peça de divulgação da campanha #Powerless Queen.<sup>7</sup>

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 CONTEXTO DO ESTUDO DE CASO

Quando analisamos o contexto do estudo de caso não é difícil compreender a necessidade de um case como o “Powerless Queen”<sup>8</sup>. São diversas formas de violência infligidas às mulheres e meninas na Índia, começando pelo alto índice de infanticídio feminino, o que causou, inclusive, a proibição da ultrassonografia, em 1994<sup>9</sup>, para diminuir esses casos; porém, trinta anos depois, o infanticídio ainda é realizado de forma clandestina. Na zona rural acontece o assassinato de bebês e crianças meninas, visto que, não há acesso à atenção médica que dá acesso ao aborto, como afirma a ONG norte-americana, *Invisible Girls*<sup>7</sup>. As famílias priorizam o nascimento de filhos homens, pois se trata de uma cultura misógina, que vê a mulher como um peso. Os filhos homens além de receberem a herança e permanecerem na casa com os pais — os quais contam com esse cuidado, já que no país não existe sistema de aposentadoria — também recebem o dote, mesmo tendo sido proibido no país por uma lei de 1961<sup>10</sup>. Apesar disso, as famílias das noivas passam a vida procurando construir um dote para

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.nanhikali.org/news-events/see-the-spot-powerlessqueen> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>8</sup> Disponível em: [https://www.campaignasia.com/article/powerless-queen-creators-on-winning-at-spikesandtangrams/465779#:~:text=2%20chess%20player%2C%20Tania%20Sachdev,\(women\)%20are%20not%20empowered](https://www.campaignasia.com/article/powerless-queen-creators-on-winning-at-spikesandtangrams/465779#:~:text=2%20chess%20player%2C%20Tania%20Sachdev,(women)%20are%20not%20empowered) Acesso em: 06/12/2024.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/aborto-seletivo-diminui-a-populacao-feminina-na-india/> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/casamento-leva-cada-vez-mais-mulheres-ao-suicidio-na-india-02042013> Acesso em: 06/12/2024.

conseguir um casamento para as filhas, pois, não querem passar pelo constrangimento de não dar o dote. Por isso, as famílias não desejam ter filhas, já que são vistas como um ônus futuro, considerando que os dotes podem incluir apartamento e carros, o que torna inacessível para muitos pais arrecadarem essa soma.

Em consequência disso, o suicídio é a principal causa de morte: entre mulheres casadas abaixo de 50 anos na Índia, só no ano de 2010 foram 78 mil suicídios<sup>8</sup>, que segundo analistas atribuem à opressão que sofrem durante o casamento e para libertar os pais da pressão do dote. Em 47% dos casos, o casamento é arranjado pelos pais quando as filhas ainda são menores de idade, o que representa mais de 40% dos casamentos infantis no mundo.<sup>11</sup>

Na Índia, preconceitos e tabus relativos às mulheres, em especial aqueles relacionados à menstruação,<sup>12</sup> fazem com que a maioria das mulheres indianas desistam da escola simplesmente porque elas menstruam, pois isso é visto como maldição, algo imundo. Muitas mulheres têm medo de ir à escola durante o período menstrual, porque a falta de saneamento não provê o uso de absorventes higiênicos para as meninas. Desse modo, é comum que elas precisem utilizar folhas, panos e outros materiais que não são higiênicos e nem eficientes como um absorvente comum, o que pode causar infecções e doenças ou, o que é mais comum, produzir vazamento do fluxo. As mulheres menstruadas em geral são impedidas de cozinhar, ir ao templo, sentar-se com as pessoas ou fazer certas tarefas, pois existe a crença de que não se deve interagir com elas nesse período.

Muito além de se sentir constrangida por estar menstruada, há também o medo do que pode acontecer, considerando que algumas escolas proíbem meninas frequentarem a escola durante o período menstrual. Dados da Organização das Nações Unidas (ONU) apontam que uma em cada cinco garotas (isto é, 20% do total) deixa de ir à escola quando está menstruada<sup>13</sup>, ou seja, são mais de três milhões de indianas perdendo aulas. Não existe respeito ou empatia por elas.

A negligência familiar contra as meninas é um problema: elas crescem desnutridas e anêmicas pela discriminação nutricional, principalmente nas zonas rurais. As mulheres amamentam por mais tempo os filhos<sup>14</sup> do que as filhas e os gastos com educação são destinados na maior parte para os meninos<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> R7, Casamento leva cada vez mais mulheres ao suicídio na Índia. Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/casamento-leva-cada-vez-mais-mulheres-ao-suicidio-na-india-02042013> Acesso em: 19/08/2021.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://super.abril.com.br/sociedade/como-a-menstruacao-prejudica-a-educacao-de-meninas-em-paises-pobres/> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>13</sup> Disponível em: <http://bit.ly/4f8Upkm> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>14</sup> Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/casos-de-viol%C3%Aancia-revelam-vulnerabilidade-das-mulheres-na-%C3%ADndia/a-17673244> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/casos-de-viol%C3%Aancia-revelam-vulnerabilidade-das-mulheres-na-%C3%ADndia/a-17673244> Acesso em 14/06/2021

O Relatório Global sobre Adolescentes 2012, do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), revela que 57% adolescentes do sexo masculino e 53% das meninas na Índia acreditam ser justificável para um homem bater em sua esposa. Um relatório do ministério das finanças alega que existem 21 milhões de meninas indesejadas no país<sup>16</sup>. Segundo os autores do documento, o número de homens supera o de mulheres em 37 milhões segundo o censo mais recente.<sup>17</sup>

De acordo com relatório do ano de 1998, do Departamento de Comércio dos Estados Unidos da América, as principais barreiras e empecilhos à educação feminina na Índia são as instalações escolares inadequadas (com foco nas instalações sanitárias), a escassez de professoras do sexo feminino, já que docentes mulheres ocupam menos da metade das vagas, reforçando o viés de gênero no currículo. Os pais têm medo de mandar suas filhas para escola com a justificativa de que elas poderiam perder a honra, e não serviriam como esposas e donas de casa se, no futuro, optassem por prosseguir seus estudos. Logo, uma das maiores dificuldades de uma escola é justamente engajar as mulheres, cujo desejo profissional seja seguir a carreira como professora. Outra grande barreira é a na própria educação: no ano de 2009, 62% das indianas eram analfabetas<sup>18</sup>. Em 2021, o analfabetismo é maior entre mulheres do que homens na Índia. Embora os números espelhem uma melhora nos índices de alfabetização feminina, ainda há um longo caminho a ser percorrido, como é possível constatar em pesquisa publicada pela Country Economy<sup>19</sup>:

---

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42858610> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.ufjf.br/ladem/2018/05/04/a-geracao-de-homens-solitarios-na-india-e-na-china/> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>18</sup> Disponível em: <https://outraspalavras.net/outrasmidias/india-educacao-nossas-diferencas-culturais/> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>19</sup> Disponível em: <https://pt.countryeconomy.com/demografia/taxa-alfabetizacao/india> Acesso em: 14/06/2021.

Tabela 1: Índia - Taxa de Alfabetização

Índia - Taxa de alfabetização						
Data	Taxa de alfabetização de adultos - Mulheres	Taxa de alfabetização de adultos - Homens	Taxa de alfabetização de adultos.	Taxa de Alfabetização dos 15-24 - Mulheres	Taxa de alfabetização de 15-24 - Homens	Taxa de alfabetização de 15-24
2022	69,10%	83,45%	76,32%	95,54%	97,44%	96,54%
2020				90,95%	99,07%	94,60%
2018	65,79%	82,37%	74,37%	90,17%	92,99%	91,66%
2011	59,28%	78,88%	69,30%	81,85%	90,04%	86,14%
2006	50,82%	75,19%	62,75%	74,36%	88,41%	81,13%
2001	47,84%	73,41%	61,01%	67,75%	84,19%	76,43%
1991	33,73%	61,64%	48,22%	49,35%	73,51%	61,90%
1981	25,68%	54,84%	40,76%	40,32%	66,31%	53,78%

Fonte: Pesquisa Demográfica – Taxa de Alfabetização na Índia.<sup>20</sup>

Até mesmo as leis acabam sendo feitas para tirar os direitos das mulheres que exercem os mesmos trabalhos que homens, por exemplo, no setor agrícola, onde mulheres são 75% da mão de obra<sup>21</sup>. Algo recorrente também é o suicídio por endividamento, no entanto, no caso dos homens se isto ocorrer, o governo dará uma compensação para os pais, mas se for mulher, os pais não recebem nada, pois ela não é reconhecida como fazendeira.

São muitos fatores e exemplos de algumas coisas que acontecem, algumas dependem de classes sociais e os preconceitos de castas que se tornam parte da equação, já que uma mulher de uma casta mais baixa é tratada com maior desprezo do que uma de casta alta.

No entanto, independentemente de sua casta, mulheres não são vistas da mesma maneira que homens na Índia e são colocadas como inferiores tanto pelas tradições e crenças quanto perante a lei.

Com o estudo de caso *Powerless Queen*, pode-se notar o conflito entre as tradições religiosas e a lei, gerando muitas problemáticas para a condição da mulher na Índia, associando a reflexão sobre a rainha sem poder à falta de participação da indiana nos meios diplomáticos e principalmente políticos, devido à cultura misógina do país, o que ocasiona um grande impacto na construção social, com a ideia de que toda mulher deveria ser submissa ao homem. De acordo com a *India's Women Organization*, 59% dos homens acreditam que suas mulheres devam ser proibidas de andar na rua depois das 22h.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> <https://pt.countryeconomy.com/demografia/taxa-alfabetizacao/india> Acesso em: 06/12/2021.

<sup>21</sup> Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/01/21/dia-das-mulheres-camponesas-e-celebrado-na-india-em-meio-a-protestos> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>22</sup> Disponível em: <https://pucminasconjuntura.wordpress.com/2017/10/22/a-questao-da-mulher-na-india-debate-acerca-da-violencia-de-genero-no-pais/> Acesso em: 15/06/2021.

A condição da mulher começou a ter melhorias a partir da metade do século XIX, principalmente através de reformas sociais e da cooperação entre o governo e a sociedade civil. Diversas leis resultaram na melhor proteção da mulher. Nas escolas secundárias e em determinadas instâncias do ensino universitário público (até o fim da graduação) a educação é gratuita para as mulheres, o que não acontece para os homens. A autonomia econômica que elas aos poucos estão conquistando na Índia, principalmente com a mediação de cooperativas femininas e ONGs, garantem que no mínimo um terço da representação política sejam delas<sup>23</sup>.

Existem diversas leis contra a tradição do dote no casamento, contra a violência doméstica, as castas, a ultrassonografia, o abuso sexual no trabalho e o estupro. Todavia, mesmo com esse respaldo na legislação protegendo a mulher, na prática, muita coisa ainda passa despercebida e muitas mulheres sentem medo de se impor, pois, correm risco de vida. Ainda prevalece o pensamento arcaico e leis são criadas para endurecer e até impelir certas tradições que prejudicam ao desenvolvimento pleno da mulher. A campanha *Powerless Queen* apresenta dados ilustrando que mesmo que no país existam leis que assegurem a segurança e direitos as mulheres, as tradições ainda se sobrepõe e lhes negam o direito do movimento e reconhecimento que toda rainha precisa para reinar e florescer em sua própria existência.

## 2.2 A CAMPANHA POWERLESS QUEEN E O PROJETO GIRL RISING

A campanha *Powerless Queen* foi criada para a organização sem fins lucrativos *Nanhi Kali*, para divulgar o projeto que tem como principal objetivo educar meninas carentes na Índia. *Nanhi Kali* (que significa “pequeno botão”) foi criado em 1996 por *Anand Mahindra*, Presidente do grupo *Mahindra*. O projeto foi criado em função do baixo número de mulheres alfabetizadas na Índia.

Dessa maneira, fatores relacionados com a baixa escolaridade das meninas refletem na pouca adesão feminina no mercado de trabalho indiano. O empresário percebeu que havia uma correlação dos males sociais no país, como sistemas de castas, mortes por dotes, entre outros acontecimentos que estão enraizados na sociedade indiana, ao fato das garotas não terem acesso à educação. Mahindra acreditava que, educando as meninas, futuramente elas contribuiriam para o desenvolvimento do país, estabelecendo uma sociedade mais justa e igualitária.

O Projeto *Nanhi Kali* atua como um programa de patrocínio, no qual empresas e indivíduos poderiam participar, para apadrinhar a educação dessas meninas por um período

<sup>23</sup>Disponível em: <https://www.ufmg.br/online/arquivos/019443.shtml> Acesso em: 15/06/2021.

mínimo de um ano. Estes investimentos impactam a educação dessas garotas de maneira transformadora, trazendo ganhos e elevando seus padrões de vida. Atualmente, o Projeto *Nanhi Kali* ajudou mais de 450 mil meninas carentes, em 14 estados na Índia. Durante esse período a ONG possibilitou que essas jovens completassem 10 anos de escolaridade formal.

Assim, em busca de projetos que se assemelhassem ao case *Powerless Queen*, no intuito de buscar uma campanha publicitária ou algo com relação midiática, que se engajassem na causa da educação feminina, encontrou-se o projeto *Girl Rising*<sup>24</sup>, cujo propósito é mudar a forma como o mundo valoriza as meninas e sua educação através do uso do poder da narrativa.

O projeto *Girl Rising* surgiu como um questionamento por parte de uma equipe de ex-jornalistas, que se faziam a seguinte pergunta: como você acabaria com a pobreza global? A conclusão a que chegaram foi que educar meninas seria a melhor maneira de atingir tais objetivos. Porém, ao redor do mundo, milhões de garotas enfrentam diversas dificuldades, algumas barreiras que os meninos não possuem: casamento precoce, tráfico sexual, escravidão doméstica e violência de gênero. Foi em 2013, que o projeto *Girl Rising* surgiu como filme homônimo, que mostrou como meninas pelo mundo podem ser beneficiadas pelo poder da educação — ou prejudicadas pela falta dela. Atualmente, através de campanhas na mídia e parcerias lideradas pela comunidade, o projeto usa narração de histórias para inspirar garotas a criar um futuro diferente para si e para a comunidade feminina com um todo. Por meio dessas narrativas, reúnem-se pessoas em uma missão de compartilhar para criar uma transformação real e efetiva, na maneira como as meninas são valorizadas.

O documentário, *Girl Rising*, do diretor indicado ao Prêmio Oscar, Richard E. Robbins, tendo na produção executiva Holly Gordon<sup>25</sup>, no ano de lançamento (2013) teve mais de 1,5 milhão de espectadores. Narrado por Meryl Streep, Anne Hathaway, Alicia Keys, Priyanka Chopra (Miss Índia 2000 e atriz do filme *Tigre Branco*, de 2021), Freida Pinto (do filme *Quem quer ser um milionário?* de 2008) entre outras, o filme *Girl Rising* apresenta a história de nove meninas de 9 a 16 anos que vivem em comunidades de países subdesenvolvidos e recebem a oportunidade de ir à escola. O projeto possui parcerias com cerca de 30 ONG's ao redor do mundo, dedicadas a auxiliar nas melhorias da saúde local, construção de bibliotecas, entre outros benefícios.

<sup>24</sup> Disponível em: <https://girlrising.org/> Acesso em: 06/12/2024.

<sup>25</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2013/08/documentario-mostra-como-escola-mudou-vida-de-meninas-em-9-paises.html> Acesso em: 14/06/2021.

Em entrevista ao portal G1, a produtora Holly Gordon<sup>26</sup> mostra sua indignação em relação às perdas — inclusive financeiras — que a sociedade indiana tem por não educar as meninas. Estima-se que a Índia perde anualmente 33 bilhões de dólares de crescimento econômico devido a essa situação. Na Índia, o Ministério da Mulher e do Desenvolvimento Infantil investiu fundos para transmitir os anúncios e serviços produzidos pelo projeto *Girl Rising*, chegando a mais de três mil salas de cinema em todo país, engajando milhões de novos espectadores a respeito da importância de investir igualmente na formação tanto de meninos, como de meninas.

Nos anos 2017 e 2018, o projeto firmou parceria com a *Bharti Foudation*<sup>27</sup>, organização filantrópica que investe em educação gratuita de qualidade para crianças carentes na Índia, para implementar o *Girl Rising Gender Sensitization Program* (GRS Program)<sup>28</sup>. Este programa tem como intuito sensibilizar meninos e meninas sobre a importância da equidade de gênero na sociedade, aproveitando o poder de narrativas para capacitar pessoas a entender os efeitos negativos das normas e preconceitos relacionados ao gênero existente, educando os garotos a respeitar e engajá-los na causa da busca das meninas pela igualdade e, além disso, mostrar para as garotas que elas possuem os mesmos direitos que eles, promovendo assim a paridade de gênero nas suas vidas e comunidades.

Desse modo, é possível concluir que ações midiáticas, como *Powerless Queen* ou *Girl Rising*, são importantes para engajamento na causa da educação para meninas, apresentando o tema de maneira global, buscando doadores ou pessoas que se interessem pela temática ao redor do mundo.

---

<sup>26</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/12/atriz-freida-pinto-faz-campanha-pela-educacao-de-meninas-na-india.html>  
Acesso em: 14/06/2021.

<sup>27</sup> Disponível em: <https://globalindiafund.org/our-work/gender-sensitization/> Acesso em: 14/06/2021.

<sup>28</sup> Disponível em:

<https://static1.squarespace.com/static/54aeb989e4b02736a774dd68/t/5c9ce845ec212d45147b9fbe/1553786951755/Girl+Rising+Schools+Campaign+ME+Brief.pdf> Acesso em: 14/06/2021.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: QUAIS AS SOLUÇÕES DESEJÁVEIS OU POSSÍVEIS?

Para a concepção do presente estudo de caso, foram considerados os seguintes tópicos:

**Tabela 2 - Notas para análise.**

Nível	Principais questões	Problemas relacionados	Teorias relevantes	Soluções possíveis ou recomendações
Grupo	Educação e Mulher	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direitos básicos negados</li> <li>• Educação</li> <li>• Preconceito de gênero</li> <li>• Violência de gênero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulheres podem ter educação e isso é um benefício para a sociedade.</li> <li>• A Índia perde por <i>não</i> educar as meninas da mesma forma que os meninos.</li> <li>• Estima-se que a Índia perde o potencial de crescimento econômico de US\$ 33 bilhões por ano devido à falta de investimento na educação feminina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conscientizar a população sobre a questão da educação, arrecadar fundos para investir na educação da mulher.</li> <li>• O poder dos ídolos na conscientização sobre educação.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A campanha *Powerless Queen* surgiu com o propósito de gerar visibilidade e conscientizar sobre a importância da educação feminina e o impacto que gera negar esse direito às garotas na Índia, que sofrem diariamente em decorrência da misoginia instalada no país. A campanha visava, com esta metáfora simples, atingir um público que não somente pudesse doar para a organização Nanhi Kali, mas que também fosse capaz de influenciar outras pessoas que não fazem parte do universo do xadrez e que acabam por se acostumar com a situação em relação à educação para meninas e mulheres universitárias na Índia.

Além da conscientização e do impacto que este *case* provoca, é também possível fazer a diferença ao atrair doadores do mundo inteiro e não só jogadores, mas também fãs de enxadristas para contribuírem com a causa. Esses objetivos foram trazidos pela CEO da *Wat Consult*, Heeru Dingra, responsável pelo desenvolvimento do *case*, em uma entrevista realizada pelo veículo de comunicação *Campaign Asia*, publicada em 5 de janeiro de 2021<sup>29</sup>.

A entrevista alerta sobre a revoltante realidade da educação das mulheres na Índia e aborda como a campanha foi capaz de impactar e fazer a diferença com criatividade e inovação.

<sup>29</sup> CAMPAIGN. 'Powerless Queen' creators on winning at Spikes and Tangrams. Disponível em: [https://www.campaignasia.com/article/powerless-queen-creators-on-winning-at-spikes-and-tangrams/465779#:~:text=2%20chess%20player%2C%20Tania%20Sachdev,\(women\)/%25/20are%20not%20empowered](https://www.campaignasia.com/article/powerless-queen-creators-on-winning-at-spikes-and-tangrams/465779#:~:text=2%20chess%20player%2C%20Tania%20Sachdev,(women)/%25/20are%20not%20empowered) Acesso em: 19/08/2021.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As principais questões foram apresentadas com metáforas de fácil entendimento para a sociedade local e mundial, pois se utilizaram do xadrez, um jogo de estratégia que recentemente foi objeto de uma série (*The Queen's Gambit*, 2020) de sucesso na Netflix instigando as mulheres a aprenderem mais a respeito do jogo.

A série e a campanha não se relacionam, porém, ambas se utilizam do xadrez para alcançar seu objetivo final que é, no caso da série, mais voltada ao público ocidental, mostrar que as mulheres também são capazes de ser jogadoras profissionais, e na campanha, ser utilizado como crítica a uma sociedade agressiva e negligente com as mulheres. Embora tenha surgido como jogo de estratégia que valoriza muito a peça da Rainha, por ser a mais forte, esta acaba tendo papel fundamental para a vitória, no entanto, na realidade, vemos a sociedade excluindo-as de grandes participações e contribuições, somente lhes sobrando a representação de meras coadjuvantes no patriarcado.

A campanha se utilizou do xadrez fazendo com que a rainha não pudesse se movimentar, deixando assim o jogo mais difícil. Essa pode ser chamada de fase um: Conscientização. A campanha foi muito apreciada nas mídias sociais e por muitas pessoas renomadas da *Chess Fraternity*.

Com isso, vem a fase dois: difundir rapidamente a campanha. Com a *#PowerlessQueen* nos *trending topics* na Índia, os grandes mestres do xadrez internacional se envolveram, como é o caso do Campeão Mundial de Xadrez Rápido Viswanathan Anand, que tuitou: “Uma visão incrível para conectar o xadrez com o empoderamento das mulheres. Eu concordo com a *#PowerlessQueen*, é difícil vencer. No xadrez ou na sociedade”<sup>30</sup>. A duas vezes campeã feminina dos EUA Jennifer Shahade afirmou: “Metáfora e iniciativa incríveis”; a Grã-mestre Húngara, Anna Rudolf, por sua vez, manifestou: “Eu gostaria que esta fosse uma iniciativa global” e o cinco vezes campeão de xadrez e atual treinador do número um do mundo Magnus C., Peter Nielsen, afirmou: “Excelente simbolismo”.

E por fim, a fase três: Solidariedade. No final do jogo, os jogadores foram convidados a realizar doações para a ONG ou compartilhar a campanha nas redes sociais, assim a campanha obteve uma arrecadação de 118.5 milhões de rúpias (um milhão e seiscentos mil dólares, aproximadamente) em doações, constituindo mais de 40.000 horas de educação para meninas carentes, mais de um milhão de visualizações no vídeo, 300 milhões de impressões orgânicas com notícias no DD canal de TV nacional da Índia, cobrindo junto com NDTV e mais de 52.000

<sup>30</sup> No antigo Tweeter, hoje rede social X. Disponível em: <https://x.com/vishy64theking/status/971705379070488576> Acesso em: 06/12/2024.

jogos realizados<sup>31</sup>. Alunos de todas as escolas participaram de um *Powerless Queen Challenge* organizado pela *The Chess School of India* e *The Coach Crew*.

A campanha *Powerless Queen* recebeu diversos prêmios: o Leão de Ouro no festival de Cannes de 2018, onde recebeu o *Grand Prix*; foi premiado com ouro nas categorias de melhor jogo de marca, aplicativo e *site* no *Epica Awards*, recebendo ouro nas categorias de conscientização social, serviço público e jogos digitais no *LIA Awards*, além de receber o Bronze na categoria de melhor jogo digital do *CLIO Awards*, levando o *Grand Prix* também no *PIAF (Prague International Advertising Festival)*.

As soluções sugeridas e apoiadas pela pesquisa é a maior conscientização da sociedade para mudanças sociais para que as mulheres possam ser tratadas com mais respeito e dignidade.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A campanha *Powerless Queen* é uma ação de extrema importância para as indianas nesse momento histórico. Campanhas como estas difundem a conscientização sobre a situação que milhões de mulheres vivem na Índia e outras regiões do planeta.

Pensar em todo o planejamento que a equipe de produção traçou para entregar um produto de muito valor é enriquecedor, pois, desde pensar em no elemento chave da ação como o xadrez, que possui grande visibilidade no país, fazer a associação da menina e da peça da rainha, até elaborar o jogo com a rainha sem movimentação, escolher um dos grandes nomes do xadrez no país para propor o desafio, além de pensar na estratégia de após concluir o jogo, o jogador ter duas possibilidades doar ou divulgar a campanha é de uma ação criativa, inusitada e que desperta o interesse, atenção e curiosidade para a situação da mulher, além de contar com a sensibilidade de narrar uma história e envolver os espectadores de tal forma, que acabou por gerar o envolvimento de diversos gigantes do xadrez mundial e de milhares de pessoas que se envolveram com a campanha.

A *Powerless Queen* é a prova de que ao unir criatividade, engajamento e sensibilidade é possível transformar milhares de vidas e iluminar situações que ainda estão distantes do que seria aceitável, como a condição da mulher na Índia. Ações como estas geram a esperança de que as peças se movimentem e a rainha possa usufruir de todo seu potencial.

---

<sup>31</sup> SHORTY AWARDS. #PowerlessQueen. Disponível em: <https://shortyawards.com/3rd-socialgood/powerlessqueen> Acesso em 19/08/2021.

## REFERÊNCIAS

- A GERAÇÃO de homens solitários na Índia e na China. UFJF. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/ladem/2018/05/04/a-geracao-de-homens-solitarios-na-india-e-na-china/>>. 2018. Acesso em 06/12/2024.
- ALVES, José Eustácio Diniz. **População da Índia: bônus demográfico e envelhecimento**, Ecodebate. Disponível em: <<https://www.ecodebate.com.br/2019/07/12/populacao-da-india-bonus-demografico-e-envelhecimento-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>>. 2019. Acesso em 06/12/2024.
- ARAÚJO, Débora Abreu de. **Gênero, educação e direitos humanos: malala yousafzai e a defesa do direito das meninas ao ensino escolar**. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/4888/1/DAraújo.pdf>>. 2014. Acesso em 06/12/2024.
- BHAT, Vinakyak. **It's not just Chennai, India's drying lakes crisis has spread far and wide**, The Print. Disponível em: <<https://theprint.in/india/its-not-just-chennai-indias-drying-lakes-crisis-has-spread-far-and-wide/259494/>>. 2019. Acesso em 06/12/2024.
- BRAUN, Juliana. **Aborto seletivo diminui a população feminina da Índia**. Veja. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/aborto-seletivo-diminui-a-populacao-feminina-na-india/>>. 2017. Acesso em 06/12/2024.
- CASAMENTO **leva cada vez mais mulheres ao suicídio da Índia. R7**. Disponível em: <http://feministsindia.com/india-ranked-worst-g20-country-for-women/> 2013. Acesso em 06/12/2024.
- CASAMENTO **leva cada vez mais mulheres ao suicídio. R7**. Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/casamento-leva-cada-vez-mais-mulheres-ao-suicidio-na-india-02042013>. 2013. Acesso em 06/12/2024.
- DATTA, Saikat. **India staring at a water apocalypse**, Asia Times. Disponível em: <https://www.asiatimes.com/2019/07/article/india-staring-at-a-water-apocalypse/>. 2019. Acesso em 06/12/2024.
- Entrevista 'Powerless Queen' creators on winning at Spikes and Tangrams Advertising. **PowerlessQueen**. Disponível em: [https://www.campaignasia.com/article/powerless-queen-creators-on-winning-at-spikesandtangrams/465779#:~:text=2%20chess%20player%2C%20Tania%20Sachdev,\(women\)/%20are%20not%20empowered](https://www.campaignasia.com/article/powerless-queen-creators-on-winning-at-spikesandtangrams/465779#:~:text=2%20chess%20player%2C%20Tania%20Sachdev,(women)/%20are%20not%20empowered) Acesso em 06/12/2024.
- ESSELBORN, Priya. **Casos de violência revelam vulnerabilidade das mulheres na Índia**. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/casos-de-viol%C3%Aancia-revelam-vulnerabilidade-das-mulheres-na-%C3%ADndia/a-17673244>. 2014. Acesso em 06/12/2024.
- GIRL Rising gender-sensitization program. **Global India Fund**. Disponível em: <<https://globalindiafund.org/our-work/gender-sensitization/>>. 2018. Acesso em 06/12/2024.

*GIRL RISING*. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2013/08/documentario-mostra-como-escola-mudou-vida-de-meninas-em-9-paises.html>. 2018. Acesso em 06/12/2024.

ÍNDIA é o país mais perigoso do mundo para mulheres. **Veja**. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/internacional/casamento-leva-cada-vez-mais-mulheres-ao-suicidio-na-india-02042013>>. 2018. Acesso em 06/12/2024.

ÍNDIA estima em 21 milhões o número de meninas 'indesejadas' no país. **BBC**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42858610>>. 2018. Acesso em 06/12/2024.

MANI, Rama. **Índia vive descompasso demográfico entre os sexos**. Cremesp, 2006. Disponível em: <https://www.cremesp.org.br/?siteAcao=Revista&id=228>. Acesso em 06/12/2024.

MORENO, Ana Carolina. **Documentário mostra como a escola mudou a vida de meninas em 9 países**. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2013/08/documentario-mostra-como-escola-mudou-vida-de-meninas-em-9-paises.html>. 2013. Acesso em 06/12/2024.

ONG Nanhi Kali. **ONG Nanhi Kali**. Disponível em: <https://www.nanhikali.org/our-history/>. 2019. Acesso em 06/12/2024.

SINGH, Hemant. Census 2011: Literacy Rate and Sex Ratio in India Since 1901 to 2011. Disponível em: <https://www.jagranjosh.com/general-knowledge/census-2011-literacy-rate-and-sex-ratio-in-india-since-1901-to-2011-1476359944-1>. 2016. Acesso em 06/12/2024.

SHORTY AWARDS. *#PowerlessQueen*. Disponível em: <https://shortyawards.com/3rd-socialgood/powerlessqueen> Acesso em 06/12/2024.