



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CURSO DE PSICOLOGIA
CAMPUS SOBRAL**

DÉBORA ÉRICA MOURA BRAGA

**“QUANDO EXISTE VOZ”: FALANDO SOBRE MÍDIAS SOCIAIS,
INDÚSTRIA CULTURAL E VIOLÊNCIA**

**SOBRAL
2018**

DÉBORA ÉRICA MOURA BRAGA

**“QUANDO EXISTE VOZ”: FALANDO SOBRE MÍDIAS SOCIAIS,
INDÚSTRIA CULTURAL E VIOLÊNCIA**

Artigo apresentado à Universidade Federal do Ceará - UFC, *Campus Sobral*, como parte das exigências para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Deborah Cristina Antunes

**SOBRAL
2018**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B793" Braga, Débora Érica Moura.
"Quando Existe Voz" : Falando Sobre Mídias Sociais, Indústria Cultural e Violência /
Débora Érica Moura Braga. – 2018.
48 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Campus
de Sobral, Curso de Psicologia, Sobral, 2018.

Orientação: Profa. Dra. Deborah Cristina Antunes.

1. Indústria Cultural. 2. Mídias Sociais. 3. Violência. I. Título.

CDD 150

DÉBORA ÉRICA MOURA BRAGA

**“QUANDO EXISTE VOZ”: FALANDO SOBRE MÍDIAS SOCIAIS,
INDÚSTRIA CULTURAL E VIOLÊNCIA**

Artigo apresentado à Universidade Federal do Ceará - UFC, Campus Sobral, como parte das exigências para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Débora Érica Moura Braga

Data de aprovação: Sobral - CE, ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Deborah Cristina Antunes, Dr^a.

(Orientadora – Universidade Federal do Ceará – UFC, Campus Sobral)

Francisca Denise Silva do Nascimento, Dr^a.

(Membro 1 – Universidade Federal do Ceará – UFC, Campus Sobral)

Rita Helena Sousa Ferreira Gomes, Dr^a.

(Membro 2 – Universidade Federal do Ceará – UFC, Campus Sobral)

*À Rosana, Juscelino por acreditarem mais
em mim do que eu mesma.*

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo agradeço à Deus pelo dom da vida e pela oportunidade de ter estado em um curso incrível que me fez crescer tanto como pessoa quanto como futura profissional. Agradeço aos meus pais, Rosana e Juscelino, pelos constantes encorajamentos/incentivos – sem vocês eu não teria conseguido. Às minhas irmãs, Fernanda e Amanda, por me encorajarem. Agradeço ao Francisco, à Mellissa, ao Bóris, à Pandora, à Eleanor, ao Pink, à Luna, à Princesa e à Pitter por serem as melhores companhias e por ajudarem a me desestressar. Agradeço a minha psicóloga por ter me ajudado a ver minhas questões de modos tão diversos, por ter sido um suporte necessário nessa árdua caminhada que é a finalização de uma graduação. Sou grata à professora Deborah Cristina Antunes, minha orientadora, pela disponibilidade, atenção e oportunidade de conhecer um assunto inexplorado durante a graduação – Indústria Cultural – mas que trouxe valiosas contribuições para o estudo da minha temática original, a violência contra a mulher.

“O despertar do sujeito tem como preço o reconhecimento do poder como princípio de todas as relações.” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p.21)

RESUMO

Este trabalho aborda a temática da violência contra a mulher principiando com um levantamento histórico. Analisamos uma campanha publicitária contra a violência doméstica divulgada no *Facebook* – Quando existe voz –, assim como os comentários dos usuários da rede na ocasião de sua publicação/compartilhamento, refletindo em que medida ela, de fato, pode contribuir para supressão da violência contra a mulher. Além disso, é discutido a temática das mídias sociais e seu funcionamento a partir da Indústria Cultural. No mais, buscamos fazer uma distinção entre publicidade, propaganda e campanhas conscientizadoras. Em suma, questionamos o verdadeiro papel dessa campanha quanto a ajudar no combate à violência doméstica ou apenas manter a estrutura social vigente.

Palavras-chave: Indústria Cultural, mídias sociais, violência contra a mulher.

ABSTRACT

This paper approaches the theme of violence against women, beginning with a historical survey. We analyze an advertising campaign against domestic violence published on *Facebook* – Quando existe voz – as well as the comments of the users of the network at the time of publication / sharing, reflecting the extent to which it can, in fact, contribute to suppressing violence against woman. In addition, the theme of social media and its operation within the Cultural Industry is discussed. Moreover, we seek to distinguish between advertising, advertising and awareness campaigns. In short, we question the true role of this campaign in helping to combat domestic violence or just maintaining the existing social structure.

Keywords: cultural industry, social media, violence against women.

SUMÁRIO

Introdução.....	11
Violência e Mídias Sociais.....	16
Mídias Sociais & Indústria Cultural.....	17
Campanha de <i>Marketing</i> x Campanha Social/Conscientizadora.....	19
Análise dos Vídeos e Comentários.....	21
Considerações Finais.....	29
REFERÊNCIAS.....	31
ANEXO 1 – Vídeos e Suas Descrições/Comentários.....	34

Introdução

“Em briga de marido e mulher, não se mete a colher” – quem ainda nos dias de hoje pode dizer não ter ouvido, em algum momento de sua vida, esse ditado popular? Ele revela um *modus operandi* da sociedade ao apontar a separação forçada entre conflitos privados – referentes à vida íntima de um casal – e a existência em uma sociedade da dominação, eminentemente machista e patriarcal. Pode-se dizer que, a princípio, a violência contra a mulher não era entendida como tal – e, ainda hoje, há quem duvide da existência do que tem sido denominado “feminicídio”. Desse modo, os cônjuges agiam livremente com truculência e nada lhes acontecia. Apenas no final da década de 1970 essa violência passa a ser reconhecida em sua especificidade.

Um dado interessante a ser levado em consideração é o fato de que ainda na época do Brasil Colônia foram registrados processos de divórcio ou separação de corpos no tribunal eclesiástico¹, os quais eram iniciados por mulheres (DEL PRIORE, 2013) – desse modo podemos considerar que já havia alguma espécie de ação contra o patriarcado². De acordo Del Priore (2013, p. 6), “não importa a forma como as culturas se organizaram”, a distinção entre masculino e feminino sempre foi hierarquizada – assim, esposos/pais tinham legalmente o direito/poder de agredir, castigar e até matar as suas esposas/filhas.

A dispersão dos núcleos de povoação reforçou as funções da família no interior da qual a mulher era mantida enclausurada. Ela era herdeira das leis ibéricas que a tinha na conta de *imbecillitas sexus*: incapaz, como crianças ou os doentes. Só podia sair de casa para ser batizada, enterrada ou se casar. Sua honra tinha de ser mantida a qualquer custo. O casamento, quando havia bens a se preservar, era organizado para manter a paz entre vizinhos e parentes, estes últimos sendo os escolhidos com mais frequência como maridos (DEL PRIORE, 2013, p. 09-10).

No ano de 1830 com o Código Criminal, parte das normas das Ordenações das Filipinas foram eliminadas – entre elas as que permitiam a morte e o castigo em decorrência do adultério. No entanto, na Constituição de 1824 – primeira do Brasil e que já estabelecia a igualdade formal “para todos” – o adultério

¹ Ver mais em: < <https://formacao.cancaonova.com/igreja/doutrina/o-que-e-um-tribunal-eclesiastico/>>.

² “[...]o chefe de família, o pai ou marido, se apresenta como detentor do poder e sua autoridade é legitimada pelo costume, pela tradição, e sua função é manter a paz, a estabilidade e a ordem. Todos os demais membros da família ou agregados se subordinam a tal poder e a existência deles gira em torno do serviço ao senhor.” (REZENDE, 2015, p. 12)

praticado por mulheres era considerado crime; já o praticado por homens só seria considerado crime se a relação fosse conhecida e estável (CORREIA, 1981).

Desse modo, as leis conservadas de Portugal para o Brasil, compostas pelas Ordenações Filipinas³, continuaram regulando a sociedade brasileira até a publicação do Código Civil, em 1916. Contudo, tal código ainda mantinha a hierarquização da instituição familiar através do estabelecimento do poder pátrio e da incapacidade da mulher casada.

As tentativas de assassinato e maus-tratos eram compreendidas como motivos que validariam a separação dos cônjuges; mas, sempre havia a tentativa de defender o casamento.

Sob a validade dos Códigos Penais de 1890 e de 1940 foram cunhadas duas figuras jurídicas pelos defensores dos companheiros acusados de assassinar as suas mulheres: os crimes de paixão/crimes passionais e a legítima defesa da honra. Desse modo, os homens nesse 'estado' não eram compreendidos como criminosos. Os crimes passionais não puderam mais excluir a responsabilidade penal a partir do Código de 1940; já a legítima defesa da honra somente foi eliminada por decisão do Superior Tribunal de Justiça no ano de 1991 (CORREIA, 1981).

A partir da segunda metade do século XX é possível perceber, com o surgimento dos movimentos feministas, o início das discussões a respeito da violência doméstica principalmente devido aos assassinatos cometidos por companheiros (COSTA, 2005). Dessa maneira, diversas leis discriminatórias passaram a ser abolidas dos códigos penais brasileiros, como o crime de adultério⁴ em 2005. Em 1962,⁵ foi abolida a incapacidade relativa da mulher casada, e no ano de 1977 foi regimentada a Lei do Divórcio⁶. Ademais, a Constituição Federal de 1988 inclui norma segundo a qual mulheres e homens devem ser tratados igual em todos

³ Ver mais em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242733>>.

⁴ Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lim/lim-16-12-1830.htm>.

⁵ Lei nº 4.121. Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/l4121.htm>.

⁶ Lei nº. 6.515. Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6515.htm>.

os âmbitos⁷, além do Estado ficar obrigado a dar proteção à família e aos seus membros⁸, “criando mecanismos para coibir a violência no âmbito de suas relações”.

No ano de 1995 foram criados os Juizados Especiais Criminais⁹, que ficariam responsáveis por deliberar acerca das infrações de menor potencial ofensivo (Contravenções Penais). Desde então, as “queixas” das mulheres em situação de violência se encaixaram na definição dos crimes de menor potencial ofensivo – salvo homicídio, lesão corporal grave e abuso sexual – cuja pena era de até dois anos, podendo ser concomitante a uma multa. Contudo, tal Lei não se mostra compatível com as peculiaridades que envolvem o fenômeno da violência doméstica – tendo em vista também que eram adotadas as mesmas metodologias em outras infrações. Estas penalidades resultavam em pagamento de cestas básicas ou prestação de serviços comunitários – fato que tornava insignificante/corriqueiro as ocorrências de violência contra a mulher. Portanto, a criação de uma lei específica para mulheres passa a mobilizar os movimentos compostos por mulheres. Na área da saúde, nos serviços públicos e privados, passa a ser exigido que haja a notificação – de modo sigiloso – em casos que sejam verificados indícios de violência contra a mulher.

Além disso, é importante analisar a relevância de documentos internacionais para a proteção dos direitos humanos, como a Convenção para Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher¹⁰, apoiada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1979 e a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência Contra a Mulher – Convenção de Belém do Pará, apoiada pela Organização dos Estados Americanos (OEA) em 1994. Tais atos foram incorporados no ordenamento jurídico brasileiro. Assim, a pessoa poderia recorrer a jurisdição internacional dos direitos humanos em decorrência de atuação ou omissão do seu Estado.

A partir da década de 1990 passaram a ser evidenciadas outras formas de violência contra a mulher – além da violência física, psicológica e sexual –

⁷ Art. 5º, I). Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>.

⁸ Art. 226, § 8º. Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>.

⁹ Lei nº 9.099. Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9099.htm>.

¹⁰ Decreto Nº 89.460. Ver mais em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=512100&id=14247889&idBinario=15707000&mime=application/rtf>>.

passam a ser discutidos o assédio sexual, o abuso sexual infantil no âmbito doméstico/familiar, contra mulheres negras e indígenas, entre outras (GROSSI, 1994).

Lei Maria da Penha (LMP)¹¹

No ano de 1998, Maria da Penha Fernandes denunciou o Brasil por omissão, devido à lentidão do julgamento do seu ex-marido, que havia tentado assassiná-la por três vezes. O caso foi conduzido à Comissão Interamericana dos Direitos Humanos da Organização dos Estados Americanos (OEA), com fundamento na Convenção de Belém do Pará. O relatório feito por essa comissão trouxe a compreensão de que o Brasil havia infringido o direito às garantias judiciais e amparo judicial em detrimento de Maria da Penha. Além disso, foi mencionado que esse já era um padrão repetido na condescendência com a violência doméstica no país. Fundamentado neste fato a Comissão fez algumas recomendações ao Estado.

A Lei Maria da Penha foi sancionada em 7 de agosto de 2006, e trata da questão da violência contra a mulher no âmbito doméstico/familiar. Tal lei acredita na reeducação/reestruturação¹² de quem pratica a violência como forma de diminuir o coeficiente de violência no país. Além disso conta com medidas de proteção, prevenção e penalização. Traz, no seu art. 7º, os tipos de violência – física, psicológica, sexual, moral, patrimonial, entre outras – assim, deixa espaço para que outras formas de violência possam vir a ser compreendidas e englobadas pela lei. No mais, prevê o atendimento multidisciplinar à vítima (profissionais de da área da saúde e assistência jurídica).

A violência contra as mulheres foi historicamente deixada de lado pelos governantes, só sendo levada realmente a sério na forma da lei, após a condução do caso de Maria da Penha à Comissão Interamericana dos Direitos Humanos da Organização dos Estados Americanos e as pressões exercidas por grupos de mulheres/feministas tomarem maior proporção. Contudo, a jurisprudência não garante que todos reconheçam esta realidade e a compreendam. Concomitantemente, o advento das mídias sociais vem se tornando cada vez mais ambientes nos quais os discursos que fazem apologia à violência contra as

¹¹ Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm>.

¹² Lei Nº 7.210, arts. 45 a art. 152. Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L7210.htm>.

mulheres têm sido recorrentes – servindo muitas vezes para propagar o ódio e a desinformação.

A relevância desse trabalho se dá, portanto, na discussão de uma temática pouco trabalhada. Além da recente publicação no Diário Oficial da União da Lei 13.642/2018¹³ que prevê a criminalização da veiculação de mensagens com teor misógino na *internet* – outorga à Polícia Federal o dever de proceder com as investigações relacionadas. Tal fato evidencia a importância de olhar para esse espaço onde as ‘opiniões’ são divulgadas com tamanha rapidez se espalham podendo trazer constrangimento e desesperança a muitas mulheres, além da atualidade do tema. Desta forma considera-se uma contribuição relevante investir esforços na realização de estudos que possibilitem compreender a natureza e peculiaridade dessa problemática. No entanto, não apenas no âmbito jurídico parecem haver modificações no sentido de buscar superar a situação social de violência contra a mulher. Campanhas pululam do âmbito público ao privado, o que inclui ações de empresas pretensamente direcionadas ao esclarecimento da sociedade a respeito tanto das consequências da violência para a vítima, quanto da necessidade de sua erradicação. É aqui que mora a questão central deste trabalho. Pretendemos analisar uma campanha publicitária contra a violência doméstica divulgada no *Facebook* – Quando existe voz –, assim como os comentários dos usuários da rede na ocasião de sua publicação/compartilhamento, refletindo em que medida ela, de fato, pode contribuir para supressão da violência contra a mulher. Para isso, elencamos como objetivos específicos: relacionar os conteúdos encontrados tanto nos comentários quanto nos vídeos aos conceitos descritos em textos sobre a Indústria Cultural; discutir a temática da violência doméstica; além de entender o que é uma campanha publicitária, seus objetivos, bem como o que distinguiria uma campanha de *marketing* de uma campanha com fim social/conscientizadora, bem como se há distinção entre as duas.

Foram cinco vídeos divulgados entre os dias 29 de novembro de 2017 e 28 de março de 2018 na página oficial do Instituto Avon no *Facebook* – cujas visualizações, contam mais de um milhão. Tais vídeos, que fazem parte da *web série Quando Existe Voz* – realizada em parceria com a ONU Mulheres Brasil. Cada

¹³ Lei Nº 13.642. Ver mais em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13642.htm>.

vídeo provoca a discussão sobre um tipo de violência das contidas no art. 7º da Lei Maria da Penha – violência física, psicológica, sexual, moral e patrimonial.

A partir disso, fazemos aqui descrições e análises dos dados apresentados nos vídeos, assim como dos comentários a eles vinculados. Dentre esses comentários foram selecionados os mais relevantes – que são os designados como pelo algoritmo do *Facebook*, como os que tiveram mais interação dos usuários, seja na forma de respostas ou curtidas. No mais, tais comentários foram agrupados em categorias a fim de facilitar a sua análise. Iniciamos nossas reflexões, contudo, pensando a questão da mídia, da indústria cultural e da violência, para, a partir desse aporte teórico, nos aprofundarmos no objeto deste estudo.

Violência e Mídias Sociais

Com o surgimento e a gradual massificação das mídias sociais nos últimos 20 anos, estas têm sido vistas como um espaço de explicitação dos sentimentos/opiniões dos seus usuários. Desse modo, as pessoas se veem ‘livres’ para expor as suas visões de mundo e não se questionam se tal comportamento está prejudicando ou ofendendo a alguém, ao mesmo tempo em que demonstram não se importar com a visão de mundo da outra pessoa – não havendo a abertura para um diálogo. Portanto, não há uma reflexão sobre o agir agressivo e as suas consequências (PISANI, 2017).

Um outro fato que parece acontecer é a pessoa que emite esse comportamento acreditar que, devido ao fato de ter sido feito esse ‘comentário’ por meio de um perfil, significaria que as suas ações estariam impunes. Ao mesmo tempo em que expõem a sua opinião, são constantemente bombardeados por um grande número de informações – fotos, vídeos, reportagens, entre outros. Dessa forma, podem ficar paralisados, sem saber o que fazer ou agir instintivamente, de maneira agressiva.

De acordo com Duarte (2014 *apud* ANTUNES, 2016, p. 155), a estrutura das redes sociais: “[...] permite respostas imediatas e nada complicadas; e é nessa medida que qualquer um tem condição de não ser apenas um receptáculo de informações, mas também um emissor de conteúdos.”

Byung-Chul Han (2016) diz que essa intermediação feita pelas redes sociais/o meio digital faz com que o conceito de respeito seja distorcido. Tendo em vista que se você não conhece a pessoa/ela está incógnita, logo não é necessário o respeito – ele afirma que respeito e anonimato são reciprocamente excludentes. Desse modo, os indivíduos se unem em torno do que ele chama de ‘enxame digital’ – tais pessoas estão juntas, mas se ligam em torno de uma mesma motivação. E, logo que essa incitação desaparece a aglutinação de indivíduos é desfeita. Ademais, como as reações nesses meios têm se tornado cada vez mais instantâneas, não há um tempo para que as pessoas possam realmente refletir sobre a informação que lhe foi passada; então, dizem o que lhes vêm à cabeça no momento de emoção – por vezes baseado apenas nos seus valores pessoais/morais (HAN, 2016).

Outrossim, essas pessoas acreditam que possuem essa liberdade de se manifestar, contudo:

As emissões dos usuários não ocorrem no vazio, a partir de uma vontade ou desejo particular de um indivíduo, mas se dá em um contexto complexo de relações onde a própria vontade e o próprio desejo já se encontram moldados por determinada estrutura pré-existente e constantemente reproduzidas por eles mesmos (ANTUNES, 2016, p. 156).

Desse modo, nem só de ‘liberdade’ ou expressões violentas vivem as mídias sociais. Segundo Wu (2012 *apud* ANTUNES, 2017), elas podem e são utilizadas para perpetuar padrões dominantes da subjetividade dos usuários – de um modo muito sorrateiro, que quando menos se espera a pessoa já está discutindo em prol de um ideal ou afirmando que tem que possuir algum bem material para poder se sentir aceito.

Assim como você é o que você come, o que você pensa ou a maneira como pensa dependem da informação a que estiver exposto. Como você ouve as vozes dos líderes políticos? De quem é a dor que você sente? De onde vêm suas aspirações, seus sonhos de uma vida boa? Tudo isso provém de um ambiente de informação (WU, 2012 p. 21 *apud* ANTUNES, 2017, p. 19).

Mídias Sociais & Indústria Cultural

Entre os séculos XIX e XX juntamente com a Segunda Revolução Industrial e as novas formas de produção surgiram diferentes expressões culturais como o cinema, o rádio, a televisão, as revistas. Posteriormente veio a internet com as mídias sociais – como um modo de incitar ainda mais o consumismo e, portanto, o lucro de empresas/marcas. Assim, podemos compreender a Indústria Cultural como uma maneira de fixar o maior número possível de pessoas a um objeto, que,

teoricamente o levaria a algum tipo de diversão fora do processo produtivo do trabalho, contudo, é um objeto que faz com o que elas não consigam visualizar é que continuam 'dentro' do mesmo processo, só que agora como consumidores acrílicos.

Adorno e Horkheimer decidiram em *Dialética do Esclarecimento* “[...] usar a expressão ‘indústria cultural’, para evitar a confusão com uma arte que surgisse espontaneamente no meio popular, que é algo bastante diferente” (FREITAS, 2008, p. 17). Tal termo faria um contraste com a cultura surgida espontaneamente entre as pessoas e não pensadas apenas como um modo de alavancar o consumo e manipular a opinião das pessoas – essa seria a *cultura de massas*.

Desse modo, os indivíduos são bombardeados diariamente com milhares de propagandas que buscam vender produtos que as pessoas acabam por acreditar que precisam. Tais ‘anúncios’ podem ser feitos até de modo indireto a partir da vinculação da imagem da marca/empresa com outros assuntos que estão “em alta” naquele momento específico. De forma que os indivíduos sentem como se aquela entidade pensasse como ele, logo há essa falsa identificação – e se passa a utilizar ou se perpetua a utilização de produtos. Assim: “[...] o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 113).

Com as mídias sociais, a exposição das pessoas a esses conteúdos é ainda mais constante do que lendo um jornal ou vendo um filme, até mesmo assistindo televisão; afinal, trata-se de meios cada vez mais utilizados, sendo que a grande maioria das pessoas possuem mais de uma rede social, logo o alcance torna-se exponencialmente maior, junto a isso vem a probabilidade de atingir o alvo.

A indústria cultural, assim, cria necessidades que os indivíduos acabam por acreditar que pertencem a eles mesmos e que são imprescindíveis para a sua realização como pessoas que estão inseridas em um meio social – de modo a alavancar a crença de quem consome/tem está melhor inserido socialmente/está mais feliz.

Desse modo, “[...] a sociedade forma as pessoas mediante inúmeros canais e instâncias mediadoras de um modo tal que tudo absorvem, aceitam nos

termos desta configuração heterônoma que se desviou de si mesma em sua consciência” (ADORNO, 1995, p.182 *apud* MAAR, 2000, p.5).

Um aspecto relevante para este trabalho é a discussão de Adorno sobre a música – Theodor desenvolveu um estudo sobre a música de rádio; aqui vamos tentar ver como estes estudos podem se relacionar com o nosso objeto de estudo que são os vídeos da *web série* Quando Existe Voz. Assim sendo, ele compreende que a música pode agir como mediadora desse processo de fazer com que as pessoas aceitem acriticamente as situações/os produtos aos quais estão expostos, ao mesmo tempo elas presumem que se trata de algo que partiu delas. Portanto, o êxito delas não estaria relacionado ao fato de os ouvintes realmente gostarem daquilo, mas ao fato de estarem acostumados aos mesmos padrões, ou que um grande contingente de pessoas usam/falam. Destarte, o consumido não seria o material/a música, mas os efeitos que esse consumo traz para o sujeito em meio à sociedade. Da mesma forma, os indivíduos tendem a recusar/desaprovar o diferente/o que não está acostumado a consumir.

Não haveria espaço para a livre escolha uma vez que os chamados “estilos” da música comercial seriam convenções e a adesão a eles não precisava ser subjetivamente justificada: os homens não vivem, em verdade, em uma situação de uma real *liberdade* de escolha (ANTUNES, 2015, p. 110-111).

Campanha de *Marketing* x Campanha Social/Conscientizadora

É necessário observar, primeiramente, que este trabalho consistiu em uma recapitulação das formas de violência infligida contra as mulheres, tendo como marco inicial o período do Brasil Colônia. Assim, foram utilizados vídeos de uma *web série* que discute acerca das diferentes formas de violência contra a mulher e os comentários presentes nesses vídeos.

Como mencionado nos objetivos, o presente trabalho teve como meta colocar em foco o modo como vem sendo discutido a questão da violência contra a mulher no mundo virtual e como isso pode impactar no restante da sociedade/no modo como à temática é vista e compreendida. Além disso, buscamos tentar trazer uma compreensão de como essa violência é entendida pelos usuários do *Facebook*. No mais, nos propusemos a compreender a gênese de uma campanha publicitária – bem como as suas metas e tentar fazer uma distinção entre uma campanha com finalidade social e uma campanha de *marketing*.

É importante salientar a diferença entre o conceito de publicidade e propaganda para que este trabalho possa se melhor compreendido. De acordo com Muniz (2004), o termo publicidade definiria algo que é público; já a propaganda é retratada como forma de propagar, multiplicar e difundir – isso podemos compreender como ideias, modos de ver a vida, crenças, entre outros. O primeiro estaria relacionado a um fomento da compra/aquisição por si só; enquanto a segundo faz uso de modos mais sutis de fazer a pessoa/consumidor acreditar que precisa de algo ou que a vida necessita ser vivenciada de um determinado modo – e o fazem acreditar que isso partiu dele.

O Instituto Avon foi fundado há 15 anos e tem como objetivos elaborar e dar suporte para ações que visem combater o câncer de mama e as violências contra as mulheres. Desse modo, apoia projetos/ações que intentem este fim, sendo que a Avon Cosméticos direciona recursos advindos da empresa para o instituto anualmente e há também as campanhas nas quais os recursos obtidos são convertidos para o mesmo – no mais, os seus funcionários e revendedores também são instigados a fazerem parte desta mobilização¹⁴.

Um outro ponto importante a ser observado é que juntamente com isso são realizadas pesquisas a respeito das temáticas apontadas. Entre as quais destaco as relacionadas a temática abordada neste trabalho, são elas: Pesquisa de Condições Socioeconômicas e Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher (2017)¹⁵; Violência contra a mulher: no ambiente universitário (2015)¹⁶; Violência contra a mulher: o jovem está ligado? (2014)¹⁷; Geração Maria da Penha: percepções sobre a violência doméstica contra a mulher/Graffiti pelo fim da violência doméstica (2013)¹⁸; Percepções dos homens sobre a violência doméstica contra a mulher (2013)¹⁹; Visível e invisível: A vitimização de mulheres no Brasil (2016)²⁰;

¹⁴ Ver mais em: <<http://www.institutoavon.org.br/#/>>. Acesso em: 07 ago. 2018.

¹⁵ Ver mais em: < http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997933842-relatorio_v05afinal.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2018.

¹⁶ Ver mais em: < [http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997913813-pesquisa%20instituto%20avon_2015%20\(universidade\).pdf](http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997913813-pesquisa%20instituto%20avon_2015%20(universidade).pdf)>. Acesso em: 07 ago. 2018.

¹⁷ Ver mais em: < [http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997880950-pesquisa%20instituto%20avon_2014%20\(jovens\).pdf](http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997880950-pesquisa%20instituto%20avon_2014%20(jovens).pdf)>. Acesso em: 07 ago. 2018.

¹⁸ Ver mais em: < [http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997850300-pesquisa%20instituto%20avon_2014%20\(graffiti\).pdf](http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997850300-pesquisa%20instituto%20avon_2014%20(graffiti).pdf)>. Acesso em: 07 ago. 2018.

¹⁹ Ver mais em: < [http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997731327-pesquisa%20instituto%20avon_2013%20\(percepc%CC%A7a%CC%83o%20dos%20homens%20sobre%20vd\).pdf](http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523997731327-pesquisa%20instituto%20avon_2013%20(percepc%CC%A7a%CC%83o%20dos%20homens%20sobre%20vd).pdf)>. Acesso em: 07 ago. 2018.

Violência doméstica, violência na gravidez e transmissão entre gerações (2016)²¹ e A voz das redes: o que elas podem fazer pelo enfrentamento das violências contra as mulheres (2017)²².

Esta última pesquisa traz dados sobre as violências contra as mulheres e o que elas dizem nas redes sociais. Por esse motivo consideramos importante mencionar alguns dados. De acordo com a pesquisa verifica-se o aumento, no ambiente virtual, das discussões relacionadas à violência contra a mulher. Além disso, verifica-se que as mulheres têm receio de se mostrar já que usam, majoritariamente, perfis falsos para falar das violências sofridas. A rede social em que mais se pronunciaram foi no *Facebook*. É possível verificar que as mulheres negras são as mais afetadas pela situação de violência.

Por meio dos fatos mencionados anteriormente, é possível perceber que as campanhas publicitárias da Avon Cosméticos visam única e exclusivamente a venda de seus produtos/o lucro advindo – que se assemelharia ao conceito de publicidade. Já a *web série* proposta pelo Instituto Avon teria como objetivo, a priori, propagar informações sobre os tipos de violências sofridas pelas mulheres; desse modo tornar-se-ia algo muito mais conscientizador – mesmo que, em um primeiro momento essas ações não pareçam ter a finalidade de arrecadar dinheiro, tal fato acontece, tendo em vista que a imagem da empresa é associada a causas de grande visibilidade e que ganham cada vez mais espaço nos meios de comunicação/na sociedade. Desse modo, a *web série* lembra o conceito de propaganda.

Análise dos Vídeos e Comentários

A análise dos vídeos e comentários resultou em uma categorização feita a partir dos comentários deixados nos vídeos pelos usuários do *Facebook*. Examinando os comentários, foram percebidos comentários que pareciam se agrupar em determinadas categorias, assim, formulou-se os seguintes grupos:

²⁰ Ver mais em: < <http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523995398586-infogra%CC%81fico%20-%20vitimizac%CC%A7a%CC%83o%20de%20mulheres%20brasileiras.pdf>>. Acesso em: 07 ago. 2018.

²¹ Ver mais em: < http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1523993856468-ia_relatorio_novembro_final.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2018.

²² Ver mais em: < [http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1521058108964-infografico_forum_v9_final%20\(1\)%20\(1\).pdf](http://dev-institutoavon.adttemp.com.br/uploads/media/1521058108964-infografico_forum_v9_final%20(1)%20(1).pdf)>. Acesso em: 07 ago. 2018.

emocional, machista, racional e de recusa. Trechos de comentários e/ou partes dos vídeos transcritos serão apresentados a seguir buscando esclarecer essas categorias e propor questões a serem discutidas.

A categoria emocional se refere a respostas com teor mais afetivo vindos dos usuários que interagem. Os comentários/ trechos enquadrados nessa categoria revelam como as pessoas se identificam com a campanha, e, logo com a marca de cosméticos por trás disso. Entre eles:

“Parabéns Avon! Empresa que trabalhei como revendedora por muitos anos!!! Além da qualidade dos produtos, ainda ficar ao lado da mulher neste momento em que sente-se frágil, força mulheres, pois sei a capacidade de cada uma nesta vida!!!!” (I. F. B., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Parabéns ao Instituto Avon, nos ajudou a entender diferentes formas de agressão, que é bem mais ampla do que só a física, obrigada pelas informações, esclareceu dúvidas que muitas vezes temos” (A. A., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Eu já sofri por 14 Anos fui tortura vários vezes graca há deus que eu consegui mim livra daquele mostro hj sou livre sofri muito mas nunca delicieei eu tenho medo dele até hj” (D. S. F., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

Nesse sentido, podemos perceber que semelhantemente à compreensão da música popular para Adorno (1967/1994), tais vídeos são de certo modo padronizados tendo em vista que muitas são as campanhas/mobilizações contra as diversas formas de violência sofridas pela mulher – que é algo que a sociedade, em geral espera que faça – ou será que a fizeram ansiar por isso também?

Um outro ponto que Adorno e Simpson (1941/1994) sublinham é a chamada pseudo-individação que seria quando a Indústria faz as pessoas pensarem que algo foi feito para elas, em especial, quando na verdade apenas foram modificadas algumas nuances da fórmula pré-pronta – como podemos observar por meio das músicas que dão uma aparente singularidade a cada vídeo. Desse modo, o espectador tem uma certa propensão de aderir à mensagem passada, tendo em vista que já se trata de algo familiar, mesmo que ele não perceba. Portanto, uma reflexão por parte de quem vê/ouve os vídeos não existe pois não se tem uma base para tal – tornam-se, assim, sujeitos ‘adestrados’ (*apud* MAIA & ANTUNES, 2008).

Assim, “cada produto apresenta-se como individual, a individualidade mesma contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que se desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida” (ADORNO, 1994, p. 289). Portanto percebemos que: “[...] quanto mais se ouve, menos se discute” (ANTUNES, 2016, p. 148).

Além disso, de acordo com Loureiro (2010), o fato de terem sido utilizadas músicas em todos os vídeos da *web série* possibilita certa fantasia de proximidade da mensagem do que está sendo tratado com o público. Assim, as pessoas veem como se tal iniciativa fosse feita especialmente para elas, então ocorre essa identificação com a história de vida ou com a própria marca quando vemos comentários de pessoas a parabenizando ou revendedoras comentando – desse modo, é aumentado também a coesão interna dentro da empresa que é composta majoritariamente por mulheres.

A esse respeito Adorno (2008, p. 197 *apud* COSTA, 2013, p. 148) diz que, “não é bem que a indústria cultural se adapte às reações dos clientes, mas sim que elas as finge”. No mais, Horkheimer e Adorno (2002, s/p) afirmam que a propaganda: “reforça o vínculo que liga os consumidores às grandes firmas”.

Já os comentários/trechos classificados na categoria machista relacionam-se a observações feitas por homens ou mulheres que buscam por meio do seu discurso tentar inferiorizar e/ou desvalorizar a campanha, a fala das mulheres que participaram dos vídeos ou a fala das pessoas que se identificaram. São eles:

“[...] Não adianta vestir a carapuça de vítima se futuramente vc vai voltar a ter os mesmos tipos de relacionamentos.” (D. S. C., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Ou seja, chamar uma barang de feia é violento kkkkk” (A. S., homem, Trecho retirado em agosto de 2018)

“[...]As mulheres cometem abuso o tempo todo, o feminismo começou com ideias legais mas hje em dia tá insuportável.” (F., homem, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Engraçado, sempre o homem que não presta, interessante isso”. (L. D. C., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Não vou expor minha opinião sobre o mimi. Pq sei como a coisa funciona. Menos hipocrisia e mais realidade, por favor. Ninguém vai conseguir nos enfiar guela abaixo mimi, feminismo e hipocrisia. Vivemos em um país democrático, vamos

simplesmente viver como iguais q somos. Falou.” (A. C., homem, Trecho retirado em agosto de 2018)

A partir desses posicionamentos podemos perceber os discursos enraizados na sociedade patriarcal. Tais modos de ver o funcionamento social são perpassados e mostrados incessantemente pelos meios de comunicação – como o rádio, com suas músicas; a televisão, em seus programas, novelas e séries; além dos filmes no cinema; e na internet – assim, as pessoas estão imersas em uma cultura repetitiva na qual nem ao menos parecem se dar conta/refletir sobre os seus atos e os das pessoas ao seu redor. Assim, “o pretense conteúdo é só uma pálida fachada; aquilo que se imprime é a sucessão automática de operações reguladas” (HORKHEIMER & ADORNO, 2002, s/p).

A maneira encontrada para perpetuar esses padrões sociais é a partir da propaganda que pode ser encontrada em diversas formas – muitas das quais nos dão a ilusão de que não o são – assim, as pessoas acabam acreditando que esses pensamentos vieram de si próprios.

Desse modo, “as ideias de ordem que ela inculca são sempre as do *status quo* [...] Elas são aceitas sem objeção, sem análise” (ADORNO, 1994, p. 293). Além disso, podemos ressaltar que “mais importante do que a repetição do nome é, portanto, o financiamento dos meios de comunicação ideológica” (HORKHEIMER & ADORNO, 2002, s/p).

Quanto aos comentários/trechos classificados na categoria racional são respostas aos vídeos de pessoas que buscam de algum modo contribuir com a discussão iniciada pelos vídeos/fala das suas participantes. São eles:

“Infelizmente a educação que as mulheres recebem não as preparam para lidar com machismo. As mulheres são educadas para serem donas de casa, submissas e esposas perfeitas. É muito valioso que os pais eduquem suas meninas a não absorver a idiotice alheia e blindarem suas mentes contra todo e qualquer tipo de babaquice! #empoderamentofeminino” (D. G., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Sao varias formas de ameacas,de coagir,de nos fazer parecer qm nao somos,de dizer oq nao queremos,de viver de forma q nao queremos ...nao e; facil denunciar ...delegacias despreparadas,medicos despreparados para atender casos de violencia contra a mulher,mts mulheres nao denunciam pelo medo de serem mal interpretadas,de na hora de fazer o boletim

de ocorrência serem tratadas como se fossem culpadas pelas agressões q sofreu, do boletim de ocorrência ser feito a maneira q quiserem e não como vc relatou...e o agressor sair impune ...ainda temos mt oq caminhar nesse sentido” (S. K. F., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“E quando tudo isso vem por parte da mulher? Quando vc vive para sua família e sua esposa diz q vc não é homem por que esta desempregado e faz bico mas não atende as expectativas financeiras dela?” (E. P., homem, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Importante lembrar que o comportamento ocorre com qualquer pessoa, em qualquer idade. Marido contra mulher, mulher contra marido, país contra filhos. Temos é que respeitar todos, sempre!”, (L. B.F., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Acho que a dificuldade está nas leis brandas. O agressor se for preso volta com fúria e não tem ninguém pra proteger. Na maioria das vezes não é preso. E a mulher fica desprotegida.” (P. R., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

Desse modo, as pessoas buscam complementar informações trazidas pelos vídeos. É trazido à tona a questão das leis de proteção à mulher vítima de violência que, apesar de ajudarem significativamente, ainda há muitas brechas – como em outras leis – que fazem com que diminua sua eficácia. Além disso, é chamado a atenção para o fato de esses tipos de violência acontecerem em outras relações sociais/familiares – que essa situação também pode acontecer por parte de uma mulher com um homem, por exemplo.

De acordo com Antunes (2016, p. 155), as novas mídias sociais dão aos cidadãos a ilusão de que “[...] tem todas as chances de ser ouvido [...] e não é mais necessário “passivamente” receber o que os grandes setores da indústria cultural dizem ser o certo, o bom e o belo”.

Contudo, como é frisado, tal “liberdade” se dá apenas em forma de aparência tendo em vista a estrutura em que estes sites estão inseridos, que só permitem determinados tipos de ações por parte do usuário. Assim, as pessoas podem chegar a principiar uma reflexão a partir da temática exposta nos vídeos, no entanto, vão estar sempre reféns de um padrão a ser seguido – caso queiram continuar a utilizar esses meios de comunicação.

No que tange aos comentários/trechos classificados na categoria de recusa, podemos perceber posicionamentos de pessoas que não acreditam que esse tipo de relação abusiva realmente exista, que seja possível sair dela, que é muito fácil se desvencilhar do abusador ou mesmo questionando a Avon por ter feito essa campanha/ter tocado nesta temática. Entre eles:

“Ela tem condições financeiras é completamente diferente de uma qualquer(eu)” (R. S. S., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“[...] Não adianta vestir a carapuça de vitima se futuramente vc vai voltar a ter os mesmos tipos de relacionamentos.” (D. S. C., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“É isso mulher que sofre esse tipo de abuso não pode ficar calada e nem se fingir de cega ou surda” (R. G., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Haaa me desculpa ao mais esse perfil de mulher caladinho que aceita tudo pode até existir ... mais a maioria concertesa fala sim.. abre a boca .. xinga e manda toma no cu e daí que o homen apela e vem pra agressão. . Mais é nessa hora que a mulher tem q se tocar e sai fora.. esse negócio de leva chifre.. ser humilhada e fica calada difícil acontecer ..” (I. C., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“A Avon eh uma empresa de cosméticos? Só queria entender... Pq criam campanhas tão paralelas à sua alçada.. gostam de causar polêmicas [...] Isso não eh da sua competência Avon! Menos modinha, já encheu.” (S. A., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“Nada contra.Mas poderiam rever este tipo de trabalho.? Não acham as que poderia m usar este espaço com outros assuntos?” (L. M., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

“E porque estás mulheres ficam com eles? Eu não espero acontecer... trabalho e sou independente afetivamente ... não espero que ninguém mude, dois casamento que tive, um eu saí do apto com linhas filhas pq ele queria o apto o outro coloquei de cada para fora... não preciso olhar pro lado da câmara e ver alguém para ser feliz.” (M. C. D., mulher, Trecho retirado em agosto de 2018)

A partir desta categoria é possível perceber a visão reduzida e rotulada que muitas pessoas têm. Por meio das, e muitas vezes por conta, das mídias sociais, são reproduzidos padrões de opiniões impostas socialmente ao longo dos anos – como essas que negam a existência da violência ou nem mesmo suportam

ouvir falar da mesma. Desse modo, para Adorno tais meios tem o poder de fomentar e tornar coletivo determinados hábitos, como o conformismo.

Podemos notar que há a “reprodução irrefletida de mensagens estandardizadas recheadas de pensamentos padronizados e estereótipos” (ANTUNES, 2016, p. 156). Horkheimer e Adorno (2002, s/p) acrescentam que “a cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários bem como os costumes bárbaros”.

Walter Benjamin vê o modo de produção do cinema como algo bastante ligado à técnica/aparelhos e fragmentação, desse modo infere que quem está na frente da câmera e o espectador não possuem, de fato uma aproximação, mas apenas uma ilusão de proximidade. Nos vídeos da *web série* da qual tivemos como base para este trabalho, podemos perceber essa fragmentação – os vídeos contam com a participação de 10 mulheres que falam sobre as suas experiências enquanto mulheres que passaram por alguma situação de violência infligida pelos seus então parceiros – elas discutem os temas, mas podemos perceber que em tais falas são utilizados recortes, além de algumas das mulheres aparecerem em mais de um vídeo, possuem suas falas desconectadas do real contexto no qual aconteceram – por exemplo, Juliana Russo que está presente nos vídeos que falam sobre violência patrimonial e física tem as suas colocações divididas entre os vídeos, e, caso fossem ditas na real sequência às pessoas que estivessem no momento com ela teriam um efeito diferenciado além de provocar uma maior aproximação entre o falante e o ouvinte. No mais, é possível que haja uma perda da identificação de si por parte dessas mulheres que falam para uma câmera e têm as suas falas e ângulos desmembrados na criação de vídeos (*apud* FRANCO, 2010)²³.

Para Benjamin os vídeos/imagens em movimento/cinema poderiam ajudar impulsionar as habilidades reflexivas/cognitivas do observador; contrariamente, Adorno acredita que tais meios apenas servem para domesticar o pensamento das pessoas para que não cheguem a ponderar sobre o modo de vida que levam/o sistema capitalista, a quem ele serve; enfim, as ideologias implícitas às produções audiovisuais. Tendo em vista que funcionaria de uma maneira linear/de

²³ FRANCO, Renato. O Cinema e Liquidação da Arte Aurática. In: LOUREIRO, Robson; ZUIN, Antônio Álvaro Soares (Orgs.). **A Teoria Crítica Vai ao Cinema**. Vitória, ES: Edufes, 2010. p. 17-51.

acordo com um modo já esperado – seguindo uma espécie de fórmula pré-definida (*apud* LOUREIRO, 2010)²⁴.

Haveria, então, segundo Kangussu²⁵ (2010) a produção apenas de filmes/vídeos que não fossem contrários ao que a Indústria Cultural e, em última instância, o capital permite, ou seja, que não atrapalhem os seus interesses. Desse modo: “Ao retratar o universo do homem comum, a câmera revela este, e a este, o que lhe era invisível, e é para ela pura evidência” (p.126).

Nos vídeos são mencionados cinco tipos de violência contra a mulher – moral, psicológica, patrimonial, sexual e física. Neles é possível perceber essa visão da mulher submissa ao homem, que teria a obrigação, na visão deles, de fazer o que eles querem e que tem vergonha, além de muitas vezes se culpar pela situação de violência sofrida. Como podemos observar no trecho: “Disse não, você disse que sim. Mas ainda assim a culpa caiu em mim. Foi a roupa que usei, o batom que eu passei. Mas quando eu contei, eu fui culpada você foi inocente. Eu fui atirada, você tava carente. Calou minha voz, disse que eu merecia.” O medo pelo que as outras pessoas vão pensar e o sentimento de dependência também estão muito presentes nas falas das participantes dos vídeos. No mais, a principal mensagem dos vídeos, em uma primeira visão, seria estimular as mulheres a falar como podemos perceber no próprio nome da *web série* – Quando Existe Voz – e como notamos nas falas: “A gente precisa ter coragem.”, “E sempre dá pra sair dessa.” e “O maior inimigo da violência contra a mulher é o silêncio”. Entretanto, é também notável que essas são em sua regra, mensagens já afirmadas mecanicamente pelas pessoas e que apenas esse falar não vai de fato pôr fim à violência contra a mulher – além de não ser fácil chegar a falar –, outros fatores também interferem nessa questão – trata-se de uma problemática complexa como se fosse de mais fácil resolução e não se olha pra falhas legais ou fatores sociais que dificultam a superação desse problema.

Os vídeos em suas composições/montagens passam a ser um modo de seduzir o espectador/potencial consumidor para a sua marca/produto. Assim, tratam-se de sequências de falas bem arranjadas, com um bom enquadramento, onde o discurso das pessoas que nele aparecem dá a ilusão/sensação de acolher os outros

²⁴ LOUREIRO, Robson. Adorno e o Cinema: a Conversa Continua. *In*: LOUREIRO, Robson; ZUIN, Antônio Álvaro Soares (Orgs.). **A Teoria Crítica Vai ao Cinema**. Vitória, ES: Edufes, 2010. p. 53-83.

²⁵ KANGUSSU, Imaculada. Cinema História e Nossa Música. *In*: LOUREIRO, Robson; ZUIN, Antônio Álvaro Soares (Orgs.). **A Teoria Crítica Vai ao Cinema**. Vitória, ES: Edufes, 2010. p. 115-133.

indivíduos que o assistem, aparenta que é possível chegar ao mesmo lugar que elas estão – “libertas pela voz” – criando, portanto, uma identificação com a campanha/marca.

Por conseguinte: “A indústria cultural desenvolveu-se com o predomínio que o efeito, a performance tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra, que era outrora veículo da Idéia e com essa foi liquidada” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 103-104). Desse modo, não se utiliza mais um produto, ou se vê um filme com a simples finalidade de apreciar algo/pensar sobre, mas para ser notado/se sentir incluído na sociedade.

Considerações Finais

A temática da violência contra a mulher traz consigo, em especial na atualidade, um certo apelo popular, tendo em vista a crescente tomada de consciência por parte das mulheres dos seus direitos e o próprio empoderamento feminino, o fato de haver essa proposta de união das mulheres (sororidade).

Como Pisani (2017) já menciona, em tais ambientes virtuais vemos que as pessoas não se indagam se estão afrontando/desgostando alguma outra pessoa com os seus comentários pejorativos – elas simplesmente vão lá e fazem. Além disso, foi notável que não parece ser um local no qual as pessoas estão disponíveis para uma discussão mais aprofundada – não aceitando serem contrariadas.

Foi possível inferir, por meio do material coletado, que a campanha de um modo geral é muito bem recebida – especialmente pelas mulheres que já sofreram algum tipo de violência ou por mulheres que conhecem alguém que já vivenciou tais situações, portanto, podemos perceber o forte fator de identificação presente na *web série*. De fato, tal iniciativa contribui para que as pessoas que não tem tanta informação a respeito da violência contra a mulher a encontre; mas somente isso não garante o fim dessa situação.

Contudo, também é possível ver comentários criticando a campanha, questionando se é cabível ou não à empresa discutir o tema; além disso, há também pessoas criticando o feminismo e dizendo que tudo não passa do famoso “mimimi”²⁶ – em meio a esses comentários vemos mulheres também criticando/discordando,

²⁶ Ver mais em: < <https://www.dicionarioinformal.com.br/mimimi/>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

fato que não deixa de ser assustador em uma época onde tanta informação é disseminada. Assim, algumas pessoas chegam a afirmar que o feminismo começou como uma boa proposta, mas que agora querem subjugar o homem; outras simplesmente nem compreendem o que o conceito de feminismo quer dizer e criticam. Consequentemente, apesar da tentativa e diálogo por parte de outros usuários, é possível perceber que há uma tentativa de manter a ordem vigente e a supressão de outra forma de pensar que não seja a maneira “tradicional”.

De uma maneira geral, é possível notar a mesma tentativa de dominar a opinião/a subjetividade das massas que Adorno já discorria em seus estudos sobre a música de rádio. Percebemos a busca dos próprios usuários/consumidores pela busca da ordem social imposta ao longo de anos, além dos comportamentos respostas prontas.

Ademais, falando da internet e das redes sociais como uma mediadora no repasse de informações e das relações entre os indivíduos na atualidade; podemos perceber a sua função de mantenedora do *status quo*. Ou seja, trata-se de uma máquina de controle social, que visa sustentar uma visão de mundo que beneficia a indústria/o capital – as pessoas abastadas.

Por fim, é possível perceber a compreensão de alguns usuários sobre o feminismo tentando transformá-lo ou acreditando que ele seja o “vilão da história” – mediante a tentativa de encontrar um “culpado”, buscam atribuir a responsabilidade a determinados indivíduos da situação ocorrida. Adorno (*apud* CROCHÍK, 2008) denomina essa maneira de agir/refletir como “mentalidade do ticket”, na qual os indivíduos compartimentam as associações/informações sobre um determinado tema, desse modo, há apenas um aparente entendimento. Em consequência, tais indivíduos não identificam elementos/fatores inerentes a cultura que os colocam em determinadas posições e os fazem julgar uns aos outros e não questionar a estrutura social vigente.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. W. A indústria cultural. *In*: COHN, G. (Org) **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1994, p. 287-295. Disponível em: <http://paginapessoal.utfpr.edu.br/cantarin/literatura-e-m-meios-digitais-ppgel/21-de-marco/A%20industria%20cultural%20-Theodor%20W.%20Adorno.pdf/at_download/file>. Acesso em: 23 de setembro de 2018.
- ADORNO, Theodor. W. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- ANTUNES, Deborah Cristina. Estética, percepção e política dos meios de comunicação: uma abordagem metodológica baseada nas reflexões de Adorno sobre a. *In*: PUCCI, Bruno et alii (Orgs.). **Atualidade da Teoria Crítica na Era Global**. Coleção Teoria Crítica 4. 1ed.São Paulo: Nankin, 2016, v. 4, p. 140-161.
- ANTUNES, Deborah Cristina. Reflexões sobre a música de rádio em Adorno: uma contextualização a partir da teoria crítica e da história da Escola de Frankfurt. *In*: ALBUQUERQUE, Luiz Botelho; ROGÉRIO, Pedro; NASCIMENTO, Marco Antônio Toledo. (Orgs.) **Educação musical: reflexões, experiências e inovações**. Fortaleza: Edições UFC, 2015. p. 99-120.
- ANTUNES, Deborah Cristina. Reflexões sobre mundo digital e subjetividade. **Impulso**, Piracicaba, v.27 n.69, 2017. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/impulso/article/viewFile/3374/2026>>. Acesso em 7 de maio de 2018.
- BRASIL. Constituição. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.
- BRASIL. Decreto Nº 89.460, de 20 de março de 1984. Promulga a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher, 1979. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=512100&id=14247889&idBinario=15707000&mime=application/rtf>>. Acesso em: 12 de abril de 2018.
- BRASIL. Lei do Império de 16 de dezembro de 1830. Código Criminal do Império do Brasil. Coleção de Leis do Império do Brasil de 1830. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lim/lim-16-12-1830.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.
- BRASIL. Lei nº 7.210, de 11 de julho de 1984. Institui a Lei de Execução Penal, Brasília, DF, julho de 1984. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L7210.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.
- BRASIL. Lei Maria da Penha. Lei n. 11.340/2006. Coíbe a violência doméstica e familiar contra a mulher. Presidência da República, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

BRASIL. Lei nº 4.121, de 27 de agosto de 1962. Dispõe sobre a situação jurídica da mulher casada, Brasília, DF, agosto 1962. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/l4121.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

BRASIL. Lei nº 6.515, de 26 de dezembro de 1977. Regula os casos de dissolução da sociedade conjugal e do casamento, seus efeitos e respectivos processos, e dá outras providências, Brasília, DF, dezembro 1977. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6515.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

BRASIL. Lei nº 9.099, de 26 de setembro de 1995. Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências, Brasília, DF, setembro 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9099.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

CORREIA, Mariza. **Os crimes da Paixão**. Coleção Tudo é História (33). Editora Brasiliense, 1981.

COSTA, Ana Alice Alcântara. O Movimento Feminista no Brasil: Dinâmicas de uma Intervenção Política. **Revista Gênero**, v. 5, n. 2, p. 9-34, Niterói/RJ, 2005. Disponível em: <<http://www.revistagenero.uff.br/index.php/revistagenero/article/viewFile/380/285>>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

COSTA, Jean Henrique. A atualidade da discussão sobre a indústria cultural em Theodor W. Adorno. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 36, n. 2, p. 135-154, Maio/Ago., 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/trans/v36n2/09.pdf>>. Acesso em: 27 de setembro de 2018.

CROCHIK, José Leon. T.W. Adorno e a psicologia social. **Psicol. Soc.**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 297-305, ago. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822008000200017&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 22 de novembro de 2018.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias e Conversas de Mulher**. 1ª, ed, São Paulo: Planeta, 2013. Disponível em: <<http://lelivros.black/book/download-historias-e-conversas-de-mulher-mary-del-priore-em-epub-mobi-e-pdf/>>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

FREITAS, Verlaine. **Adorno e a arte contemporânea**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

GROSSI, Miriam Pillar. Novas/Velhas Violências contra a Mulher no Brasil. **Revista Estudos Feministas**. Ano 2, 2º sem., 1994, p. 473-483. Disponível em: <<http://miriamgrossi.paginas.ufsc.br/files/2012/03/16179-49803-1-PB.pdf>>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

HAN, Byung-Chul. **No Enxame: Reflexões Sobre o Digital**. Relógio D'Água Editores: 2016.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. *In*: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p. Disponível em: <

<https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/ADORNO.pdf?1349568504>>. Acesso em: 23 de setembro de 2018.

LOUREIRO, Robson; ZUIN, Antônio Álvaro Soares (Orgs.). **A Teoria Crítica Vai ao Cinema**. Vitória, ES: Edufes, 2010.

MAAR, Wolfgang Leo. A produção da 'sociedade' pela indústria cultural. **Revista Olhar**, ano 2, nº 3, 2000. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/~revistaolhar/pdf/olhar3/07Adorno.pdf>>. Acesso em: 23 de setembro de 2018.

MAIA, Ari Fernando; ANTUNES, Deborah Christina. Música, indústria cultural e limitação da consciência. **Revista Mal-estar e Subjetividade** – Fortaleza – Vol. VIII – nº 4 – p. 1143-1176 – dez/2008. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v8n4/13.pdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2018.

MUNIZ, Eloá. Publicidade e propaganda origens históricas. **Caderno Universitário**, nº 148, Canoas, Ed. ULBRA, 2004. Disponível em: <<http://www.eloamuniz.com.br/arquivos/1188171156.pdf>>. Acesso em: 20 novembro de 2018.

PISANI, Marília Mello. Drones, ciborgues e flame war: a formação da sensibilidade na cultura digital contemporânea. **Impulso**, v. 27, n. 69, pp. 99-119, maio-ago. 2017. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/impulso/article/view/3377/2032>>. Acesso em 03 de maio de 2018.

PORTUGAL. **Ordenações Filipinas**. Ordenações e Leis do Reino de Portugal. Organizado por Candido Mendes de Almeida. 14^a. ed. Rio de Janeiro: Typ. Do Instituto Philomathico, 1870. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242733>>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

REZENDE, Daniela. Patriarcado e formação do Brasil: uma leitura feminista de Oliveira Vianna e Sérgio Buarque de Holanda. **Pensamento Plural**. 07-27, 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/299860104_Patriarcado_e_formacao_do_Brasil_uma_leitura_feminista_de_Oliveira_Vianna_e_Sergio_Buarque_de_Holanda>. Acesso em: 12 de abril de 2018.

ANEXO 1 – Vídeos e Suas Descrições/Comentários

*Primeiro Episódio*²⁷ – *Violência Moral: Não somos pauta dos grupos de whatsapp.*

O primeiro vídeo traz a participação de Luiza Brunet – embaixadora do Instituto Avon e mulher que já passou por circunstâncias de violência –, das cantoras Carol e Vitória Marcílio que compuseram músicas para cada um dos vídeos, além disso conta com a educadora social Bel Santos. Nele é falado sobre a violência moral e a exposição da vida íntima.

Bel: “É de repente.” Luiza: “A sua imagem não é mais sua.” Vitória: “Você vira um mural para eles escreverem o que quiserem.” Carol: “Listarem seus defeitos.” Bel e Luiza: “Aquele que te amava, agora te condena.” Carol: “O seu agressor tem fã-clubes.” Luiza: “Você está na mão do júri da internet.” Vitória: “Dos grupos de *whatsapp*.” Luiza: “A exposição da vida íntima é sim um tipo de violência.”

Luiza: “Poder falar desse assunto pra mim agora é muito mais confortável porquê eu já tô refeita, já tô inteira novamente. O momento mais difícil é quando você decide fazer a denúncia. Eu tenho certeza absoluta que foi a melhor coisa que eu fiz. Por que nós mulheres, a gente fica naquela dúvida eterna – fazer uma denúncia. Mas o que isso vai implicar? O medo que a gente tem. O medo de ser julgada. O medo de romper uma relação quando você ainda ama. Mas você precisa parar com esse ciclo de violência, por que a violência não define a gente. A gente precisa ter coragem.”

Bel: “A violência moral né que é a violência que está pautada na injúria, na difamação e na calúnia as mulheres.” Quando tonou sua situação pública, Luiza passou a ser vítima do julgamento da internet²⁸. Luiza: “Eu sofri muito, e muitos questionamentos do tipo ‘Essa mulher é louca.’, ‘Isso não aconteceu.’, ‘Mas aquele homem era um homem maravilhoso.’”

Carol e Vitória: “No primeiro ano do colégio tinha uma menina que vazou um nude dela e ela teve que trocar de colégio porque o pessoal não deixava ela em paz.” Bel: “Essa necessidade do machismo de tornar essa ameaça, essa diminuição da mulher pública.” Luiza: “A partir do momento que você tem essa consciência de

²⁷ Ver vídeo na íntegra em: <https://www.facebook.com/InstitutoAvonOficial/videos/556908524652000/>.

²⁸ Todas as frases das descrições dos vídeos que não foram atribuídas a nenhuma das pessoas contidas neles são colocadas intercaladas com as falas das participantes.

que isso é um crime, você tem que fazer uma denúncia porque isso é muito sério. Porque tem meninas que cometem suicídio por causa da gravidade da exposição que ela tem. Ela não consegue administrar isso. É muito triste.”

Bel: “É o que a gente chama né da sororidade, é a gente ficar do lado de quem tá se sentindo frágil.” Luiza: “Crie coragem. É uma decisão tão única, mas é tão poderosa, ela é transformadora. É como se você tirasse uma roupa suja e você realmente passa a ser pleníssima. Encorajem-se mulheres, como eu fiz. Se exponha, não tenha vergonha. Denúncie!” O maior inimigo da violência contra a mulher é o silêncio.

O primeiro vídeo finaliza com Carol e Vitória cantando a música *Eu sou mulher*. “Se eu voar ninguém vai me amar. Me humilhar não vai adiantar. Não sou uma só eu vou cantar por todas nós. Corrente de amor numa só voz. Eu vou remar contra a maré, ser tudo o que eu quiser. Eu sou mulher.” Existe voz quando nos unimos. Juntas transformamos.

Dos mais de cem comentários realizados por pessoas que possuem perfil no *Facebook* a grande maioria é de apoiadoras da campanha – se dizem inspiradas ou mesmo motivadas com tal iniciativa, sendo que muitas falam das suas próprias situações de violência e muitos desses comentários são respondidos pelos administradores da página em questão.

Entre os comentários²⁹, podemos ver: “Eu já sofri por 14 Anos fui tortura vários vezes graca há deus que eu consegui mim livra daquele mostro hj sou livre sofri muito mas nunca delicieei eu tenho medo dele até hj”. Em outro comentário: “Ela tem condições financeiras é completamente diferente de uma qualquer(eu)” que é seguido por diversos comentários de mulheres questionam a fala desta mulher. No comentário posterior, um homem fala: “Muito emocionante! Todos nós já tivemos casos deste tipo de violência, seja em nossa família, ou entre nossos amigos. O importante é darmos apoio às vítimas, uma palavra de conforto, um abraço, e encorajá-la a seguir em frente com a denúncia. Denuncie seu agressor!”.

Nos comentários seguintes: “Parabéns Avon! Empresa que trabalhei como revendedora por muitos anos!!! Além da qualidade dos produtos, ainda ficar ao

²⁹ Todos os comentários e falas de pessoas que se encontram nos vídeos foram transcritas pontualmente do modo como se apresentavam nos mesmos.

lado da mulher neste momento em que sente-se frágil, força mulheres, pois sei a capacidade de cada uma nesta vida!!!!”, “Parabéns Instituto Avon por dar voz às mulheres... Estive aprisionada a um relacionamento abusivo por 38 anos, toda vez que pedi o divórcio, ele tentou me matar, quando criei coragem e entreguei os papéis para a advogada, ele me estuprou para que eu fugisse, tal o pavor que tinha dele, para deixar a minha casa pra ele. Na DP, com 3 BOs, simularam abrir representação contra ele e quem saiu como culpada fui eu: levou uma psicóloga que eu nem conhecia, para atestar minha insanidade, assim ele receberia a minha aposentadoria ou pensão por morte, já que a intenção era me matar.. Recorri à Promotoria e graças a Deus, consegui uma excelente advogada... As mulheres precisam ser esclarecidas de seus direitos e a quem devem recorrer em situações de abuso e violência, porque nem as Delegacias são confiáveis...Deus abençoe a todos engajados na luta pelo fim da violência contra a mulher...”, “[...] Não adianta vestir a carapuça de vítima se futuramente vc vai voltar a ter os mesmos tipos de relacionamentos.”, “Infelizmente a educação que as mulheres recebem não as preparam para lidar com machismo. As mulheres são educadas para serem donas de casa, submissas e esposas perfeitas. É muito valioso que os pais eduquem suas meninas a não absorver a idiotice alheia e blindarem suas mentes contra todo e qualquer tipo de babaquice! #empoderamentofeminino”, “Muito especial emprestar a voz para para que outras meninas e mulheres falem.”(Bel Santos), e “Sao varias formas de ameacas,de coagir,de nos fazer parecer qm nao somos,de dizer oq nao queremos,de viver de forma q nao queremos ...nao e' facil denunciar ...delegacias despreparadas,medicos despreparados para atender casos de violencia contra a mulher,mts mulheres nao denunciam pelo medo de serem mal interpretadas,de na hora de fazer o boletim de ocorrencia serem tratadas como se fossem culpadas pelas agressoes q sofreu,do boletim de ocorrencia ser feito a meneira q quiserem e nao como vc relatou...e o agressor sair impuneainda temos mt oq caminhar nesse sentido”.

Segundo Episódio³⁰ – Violência Psicológica: Se sentimos que algo está errado, provavelmente está.

O segundo vídeo conta com a participação da modelo Dandhy Braz – que passou pela situação da violência psicológica e conta a sua experiência –, além da advogada da Rede Feminista de Juristas, Marina Ganzarolli.

Marina: “Te chamou de burra.” Dandhy: “Te chamou de feia.” Vitória: “Gritou.” Marina: “Te humilhou.” Carol: “Na frente de todos os seus amigos.” Dandhy: “Te fez acreditar que ninguém mais vai te amar.” Marina: “Te fez acreditar que você não tem voz.” Vitória: “Existe voz quando nos unimos.” Dandhy: “Juntas transformamos.”

Dandhy: “Eu comecei a perceber quando, em um evento da família dele, e, ele começou a flertar com uma pessoa na minha frente. Assim... Extremamente possessivo, ele achou que um garçom da festa estava dando em cima de mim. Então, ele achou que poderia fazer isso.” Marina: “A violência psicológica tem muitas nuances. Às vezes ela vem disfarçada de um controle, de uma ameaça, de alguma condição: ‘Se você não fizer isso, você não me ama.’ E vem com gritos, vem com humilhação, colocar essa mulher pra baixo. Às vezes essa cara nunca encostou a mão nessa mulher, mas ele faz ela se sentir um lixo.”

Dandhy: “Ele sempre tentava me menosprezar, ele sempre tentava me diminuir.” Todo relacionamento que controla e silencia a mulher é abusivo. Carol: “Tanto eu quanto a Ví, a gente já esteve em relacionamentos abusivos, e é bem complicado porque quando você está dentro de um relacionamento abusivo, você não percebe que você está. Você acha que o cara está te protegendo.” Vitória: “Você não tem voz num relacionamento abusivo. Por tudo você abaixa a cabeça, como um robô, e concorda.”

Dandhy: “Você se sente... Sei lá, dependente. Eu não sei explicar esse sentimento que você tem.” Marina: “Tem um desconforto, um constrangimento, e você não sabe nomear exatamente o que é. A violência psicológica tem muito desse sentimento, de que você não pode mais nada sem ele. Que sem ele você não é nada.” Dandhy: “Eu evitava falar tudo. Eu acho que até hoje minhas amigas não sabem 100% do que aconteceu.” Nenhuma mulher precisa lutar sozinha.

Carol: “No começo você não vai perceber que está, mas, quando você começar a pensar ‘nossa, o que eu tô fazendo dentro disso?’, converse com as pessoas. E, você que vai estar ouvindo essa pessoa, não julgue ela. Não fale ‘É, viu,

eu te avisei! Tá vendo o que você tá passando?’ Não faça isso. Vai aconselhando, vai dando um direcionamento, mas não chega de cara assustando. Porque você só vai afastar mais essa pessoa.”

Marina: “Se você começar a falar sempre ‘ah ele faz isso!’, ‘ele faz aquilo’, ‘olha como ele tá sendo abusivo’, sabe o que vai acontecer? Ela vai parar de te contar. E ela não para de falar só com você que é amiga dela, ela para de falar com todo mundo. Você tem que empoderar ela. Você tem que falar que ela é mais, que ela é linda, que ela é maravilhosa, que ela pode fazer tudo que ela quiser fazer.”

Dandhy: “Aí eu comecei a ver que a mudança tinha que começar em mim, né? Que eu tinha que me libertar daquilo, por mais difícil que fosse.” O ciclo de violência termina quando reencontramos nossa própria voz. E fazemos algo com ela. Dandhy: “Olhe mais pra você. Não se desgaste por causa de ninguém porque não vale a pena.”

O segundo vídeo finaliza com Carol e Vitória cantando a música *Sorria*: “Mas um dia alguém falou ‘Me perdi por te amar demais. Me isolei de tudo. Sorria! Essa página já foi virada!’ Foi mancada o que ele fez com você.” Existe voz quando nos unimos. Juntas transformamos.

Entre os mais de oitocentos comentários podemos ver: “Ou seja, chamar uma barang de feia é violento kkkkk”, “E quando tudo isso vem por parte da mulher? Quando vc vive para sua familia e sua esposa diz q vc nao é homem por que esta desempregado e faz bico mas nao atende as expectativas financeiras dela?”, ao que outro homem responde: “[...]As mulheres cometem abuso o tempo todo, o feminismo começou com ideias legais mas hje em dia tá insuportável.”

Em outro comentário: “Parabéns Instituto Avon por criar uma campanha que dá voz a várias mulheres que sofrem com a violência, são campanhas como essa que ajudam as mulheres a quebrarem o silêncio da Violência sofrida que causa tanta dor e sofrimento.”, “É isso mulher que sofre esse tipo de abuso não pode ficar calada e nem se fingir de cega ou surda”, “Importante lembrar que o comportamento ocorre com qualquer pessoa, em qualquer idade. Marido contra mulher, mulher contra marido, país contra filhos. Temos é que respeitar todos, sempre!”, “Haaa me desculpa ao mais esse perfil de mulher caladinho que aceita tudo pode até existir ... mais a maioria concertesa fala sim.. abre a boca .. xinga e manda toma no cu e daí

que o homem apela e vem pra agressão. . Mais é nessa hora que a mulher tem q se tocar e sai fora.. esse negócio de leva chifre.. ser humilhada e fica calada difícil acontecer ..”, “Isso msm, muitas vezes só pq não há agressão não significa que n seja abusivo .. Só quem já passou sabe o quanto a agressão psicológica machuca as vezes mais do que um tapa ..” e “Engraçado, sempre o homem que não presta, interessante isso (comentário feito por uma mulher)”.

Terceiro Episódio³¹ – Violência Patrimonial: Se tira o que é seu, não é amor.

O terceiro vídeo traz a participação de Juliana Russo – gerente do setor de vendas da Avon e vítima de violência patrimonial – e da advogada Maria Sylvia Oliveira – especialista em violência contra as mulheres.

Sylvia: “Você que provocou.” Vitória: “Deve ter sido.” Juliana: “Por isso que destruiu o seu celular.” Sylvia: “Queimaram o seu documento.” Carol: “Gastaram o teu dinheiro.” Juliana: “Ameaçaram parar de te sustentar.” Sylvia: “Isso se chama violência patrimonial.” Vitória: “E sempre dá pra sair dessa.”

Juliana: “Eu tenho uma família magnífica que me apoia muito, muito mesmo. Mas eu tinha nele a minha tábua de salvação. Foi o homem que eu casei, eu construí uma família com ele. Eu não queria perdê-lo. Sim, na verdade ele controlava tudo, ele controlava o meu ser. Eu não era uma pessoa... Eu não era a Juliana, eu era a Juliana extensão dele.” Sylvia: “A violência patrimonial é toda conduta do agressor ou do marido, o companheiro da vítima, que vise tirar a autonomia, tirar a sua independência financeira.”

Juliana: “A vida inteira eu trabalhei. Tudo que nós tínhamos eu ajudei a construir. Então assim, ele realmente controlava tudo. Ele ficava com o meu cartão de débito, e ele que fazia a partilha do meu dinheiro. Ele que sacava o meu pagamento, controlava tudo, tudo, tudo...” Sylvia: “A mulher pode trabalhar, mas é este homem que vai administrar o dinheiro desta mulher. Então ele vai controlar cartão de crédito por exemplo, pedir pra que ela assine documentos ou procurações pra que ele possa dispor dos bens em comum.”

Juliana: “O casamento começou a deteriorar quando eu consegui um emprego que eu ganhava mais do que ele. Aí o negócio ficou feio mesmo. A Juliana

³¹ Ver vídeo na íntegra em:<

que não podia usar saia, tá ganhando mais do que eu. A Juliana que não podia se expressar, tá dirigindo. Quando eu decidi tirar a minha carteira de motorista foi um inferno.” Sylvia: “A partir do momento que ele está tirando a autonomia financeira dessa mulher, ele quer que ela esteja sobre o seu julgo, sobre o seu controle.”

Juliana: “Eu sempre soube que tinha algo errado, que aquela relação era abusiva, que eu era refém daquilo.” A violência patrimonial é difícil de ser percebida porque acontece de forma invisível. Aos poucos ela controla tudo ao nosso redor... E nos aprisiona. Juliana: “Ele me ligava e falava: ‘Você é minha!’ É como se eu fosse propriedade e tivesse pago o IPTU, pagou o IPTU da Juliana.”

Vitória: “Eu antes de dormir, pra não ficar pensativa, eu abria o bloco de notas do meu celular e escrevia todos os motivos pelos quais me fizeram terminar com ele: Ah ele era um babaca, ele não gostava de eu usar roupa curta, ele tirava o meu batom... Eu lia e ia dormir. Tá eu fiz a coisa certa, agora eu posso dormir em paz.” Carol: “Eu falava: Vitória, abre esse celular e lê o que te fez terminar.” Vitória: “E lembra de tudo que ele te fez.” Juliana: “Eu me libertei. Eu me libertei dessa relação que me adoeceu tanto.” O que nos liberta é aquilo que ninguém consegue tirar de nós. A nossa voz.

Já no finalzinho do vídeo, Carol e Vitória cantam a música *Espelho Meu*: “E todo dia eu digo espelho, espelho, espelho meu me diz se essa princesa aqui precisa de Romeu.” Juliana: “Existem outras pessoas, outros amores, outros momentos.” Existe voz quando nos unimos. Juntas transformamos.

Dos mais de duzentos comentários podemos ler: “A maioria das mulheres sofre essa violência patrimonial...E eu conheço muitas que diz que é bíblico,que a mulher tem que ser submissa ao marido mesmo ela sendo mais remunerada que ele...”, “eu não sabia disso, passo por isso, caraaaa.”, “Sim é uma verdade absurda! Nós mulheres não precisamos ter alguém p nos sentirmos amadas, antes temos q amar a nós mesmas,q somos fortes, mães, etc... Não somos propriedade, não a tdo q nos diminui, nos invade,nos controla e qtas mulheres são mortas todos os dias pq decidiram terminar um relacionamento...Nossas leis precisam ser revistas c urgência!!!”, “Projeto lindo”, “Feminismo mimimi? Mimimi é dizer que nao existe machismo, e que feministas exageram.” E “Eu dou tudinho pra ele. Quero que ele fique bem e me deixe em paz. ”

Quarto Episódio³² – Violência Sexual: Não podemos ficar em silêncio.

O quarto vídeo conta novamente com a participação da advogada Marina Ganzarolli e da mestrandia em filosofia Magô Tonhon – que sofreu assédio.

Vitória: “Culparam seu vestido curto.” Magô: “Pediram por favor.” Marina: “Você disse não.” Carol: “Ignoraram.” Vitória: “É difícil de assumir.” Magô: “Para nós mesmas e para os outros.” Marina: “Dá muita vergonha.” Carol: “Dá medo.” Marina: “Você não precisa lidar com isso sozinha.” Magô: “Um dos primeiros assédios públicos aconteceu antes mesmo da minha reivindicação enquanto Magô, mas naquela altura eu já tinha as unhas compridas e isso bastou.” A maioria das mulheres já foi vítima de algum tipo de assédio.

Magô: “Existe uma crença de que tudo é mimimi.” E a maioria das mulheres foi questionada: ‘Mas não era paquera?’ Marina: “A diferença entre paquera e assédio é bem simples, na verdade: em uma delas tem consentimento. Quando você tá paquerando alguém, é algo que você espera uma resposta. Ainda que seja por uma noite, ainda que seja só um beijo, você tá pretendendo ter uma troca afetiva. É algo que envolve duas pessoas, não uma só. Não é uma ação unilateral. Quando não tem o seu consentimento é sempre assédio.” Qualquer ato com fins sexuais, sem o nosso consentimento, é uma violência sexual: comentários constrangedores, toques indesejados, sugestões ameaçadoras ou penetração forçada.

Marina: “E muitas vezes a gente acha que ele é um cara estranho, um cara esquisito, um cara que se veste de preto, que não conversa com ninguém, um estranhão. Não, ele não é! É seu colega de trabalho, ele é o amigo do seu amigo, ele é seu colega de faculdade, é seu colega na escola.” Magô: “E aí, a resposta pra isso é muito difícil. Conheço amigas que foram pra cima em um ato de desespero, outras que saíram correndo e outras como eu que ficaram congeladas e não acreditavam que aquilo estava acontecendo.”

Marina: “A grande maioria das mulheres não consegue reagir na hora, não consegue falar nada.” Após sofrer uma violência sexual, nosso corpo entra em choque: vergonha, medo, pânico e silêncio. Quando silenciam nossas reações, a

³² Ver vídeo na íntegra em:<
<https://www.facebook.com/InstitutoAvonOficial/videos/600996823576503/>>.

violência silencia nosso pedido de ajuda. Marina: “Sabe quando você se vê perguntando? E se... E se eu tivesse feito isso, e se eu não tivesse ido naquela festa? E se eu não tivesse entrado no carro? Nada no seu comportamento teria alterado a violência que você sofreu. Sabe porquê? Ele é culpado. Porque você não fez nada.”

Carol: “Falar sobre um assunto tão delicado desses não é com todo mundo que você fala. Às vezes nem com sua amiga você tem coragem de chegar e falar: olha isso aconteceu comigo. Mas tenta achar alguém, né?” Magô: “Buscar pessoas que se possa confiar pra relatar o que aconteceu, pra depois pensar o que vai fazer a partir daí, eu acho que é essencial.” Marina: “Quando você fala sobre a violência, você entende o que aconteceu e enfrenta também esse trauma, que não é um trauma fácil.”

Carol: “Às vezes eu não consigo falar com a minha irmã nem com a minha mãe, mas eu falo com a minha psicóloga. Ela fala pra eu ser totalmente aberta e de formas indiretas ela vai me dando direcionamento.” Marina: “É muito importante ter um acompanhamento psicológico. Você precisa conversar com alguém. E é importante que seja um profissional, de preferência uma profissional.” Nenhuma mulher precisa lutar sozinha. Marina: “Guardar essa violência pra você é um perigo. Pra você e pras outras mulheres. Eles nunca cometem a violência uma vez só. Toda oportunidade que eles têm, eles cometem violência de novo.”

Carol: “Fala, desabafa. Pode ser difícil, mas é muito importante você falar.” Marina: “Quando você denuncia um agressor, você tá evitando ou pelo menos tentando evitar que outras mulheres passem pela mesma situação.” Só quando nos escutamos, conseguimos nos unir.

No final do vídeo, Carol e Vitória cantam a música *Doce Ironia*: “Disse não, você disse que sim. Mas inda assim a culpa caiu em mim. Foi a roupa que usei, o batom que eu passei. Mas quando eu contei, eu fui culpada você foi inocente. Eu fui atirada, você tava carente. Calou minha voz, disse que eu merecia.” Existe voz quando nos unimos. Juntas transformamos.

Entre os mais de quatrocentos comentários, podemos ver o que um homem diz “O cara estranhão quer dizer, mal vestido, feio e com aspecto de pobre, num carro velho? Se ele tiver numa Ferrari?” ao que uma mulher responde “Se ele

tiver um carro aí quem vai ser assediado e ele ... conheço um monte de mulher assim ... ahhh não dá pra generalizar pq dos dois lados existe assédio....” e um homem acrescenta “e muito mimimi, dessas mulheres sim.”. Em outro comentário: Não vou expor minha opinião sobre o mimi. Pq sei como a coisa funciona. Menos hipocrisia e mais realidade, por favor. Ninguém vai conseguir nos enfiar guela abaixo mimi, feminismo e hipocrisia. Vivemos em um país democrático, vamos simplesmente viver como iguais q somos. Falou.”

Além disso, “A Avon é uma empresa de cosméticos? Só queria entender... Pq criam campanhas tão paralelas à sua alçada.. gostam de causar polêmicas. Esse assunto é até válido, mas essas campanhas sobre ideologia de gênero, meninas serem chamadas de princesa... Homem vestido de mulher... Isso não é da sua competência Avon! Menos modinha, já encheu.”, “Nada contra. Mas poderiam rever este tipo de trabalho.? Não acham as que poderia usar este espaço com outros assuntos?”, “Acho que a dificuldade está nas leis brandas. O agressor se for preso volta com fúria e não tem ninguém pra proteger. Na maioria das vezes nem é preso. E a mulher fica desprotegida.”, “Também por isso tenho orgulho de ser uma revendedora Avon! Campanha fantástica, quase toda mulher já passou por isso.”, e “Só quem passou ou passa por essas situações sabe o quanto dói, o quanto nos sentimos sujas é um trauma que carregamos internamente que muitas vezes ninguém sabe. Aquela medo quando vemos quem nos causou o assédio, vontade e sair correndo, aquela cena passa toda em minha memória é tão terrível. Então não dê o silêncio como resposta. #PWRGRL”.

Quinto Episódio³³ – Violência Física: Provavelmente vai acontecer de novo.

O quinto vídeo traz a mais uma vez com a participação de Juliana Russo, de Maria Sylvia Oliveira, e de Maria da Penha Fernandes – que deu nome à lei de mais ampla proteção à mulher em situação de violência no Brasil.

Sylvia: “Foi descontrole.” Juliana: “Pedi desculpas.” Vitória: “Jurou que foi a última vez.” Juliana: “Cuidou de você depois.” Sylvia: “Se arrependeu.” Carol: “Culpada bebida.” Juliana: “Culpa do amor por você.” Sylvia: “Dói gostar tanto

³³ Ver vídeo na íntegra em:<
<https://www.facebook.com/InstitutoAvonOficial/videos/615378692138316/>>.

assim.” Vitória: “Não vai acontecer de novo.” Sylvia: “Mas vai.” Juliana: “Provavelmente vai.”

Maria da Penha: “Eu já viajei pra todos os estados brasileiros, e eu sempre encontro mulheres que chegam pra mim emocionadas: se não fosse a sua lei hoje, eu estaria morta. No primeiro momento, eles são pessoas gentis que nos cativam e com o continuar é que eles mostram a verdadeira face.” Juliana: “A primeira vez que ele me agrediu foi um tapa no rosto no meio de uma festa de rua na frente de várias pessoas. Eu sempre soube que tinha algo errado. Ele foi o homem que eu casei, eu construí uma família com ele.”

Maria da Penha: “A mulher quer realmente conviver bem com o seu companheiro. Então, no momento em que ele chega pra essa mulher e pede desculpas pela agressão que fez e promete que não vais mais repeti-la, ela acredita e dá uma nova chance.” Juliana: “Quando chegava sexta-feira, eu morria de medo. Porque quando ele bebia eu era o alvo.” A violência física é mais fácil de nomear, mas não a mais fácil de se libertar. Sylvia: “Tem gradações de violência, de agressão física prevista no Código Penal. Um empurrão, um puxão de cabelo. Tem as agressões que são lesões graves.”

Juliana: “Porque é um círculo vicioso. Porque quando a pessoa te agride, ela fala: ‘Meu amor me perdoa, eu nunca mais vou fazer isso com você. Eu te amo.’ E aí você acredita.” Maria da Penha: “E depois de algum tempo, está fazendo a mesma coisa. Esse ciclo de violência doméstica precisa ser rompido.” Juliana: “As pessoas falam: ‘Você está com ele porque você quer.’ ‘Porque você passa por tudo isso e você não larga essa pessoa.’” A violência nos silencia, nos paralisa.

Juliana: “Ninguém vê o quão difícil é sair de uma relação abusiva.” Sylvia: “Por entenderem erroneamente que a mulher está naquela situação porque ela quer, eles acabam se afastando no momento que aquela mulher mais está precisando de ajuda.” Juliana: “Juliana, é isso que você quer pra você? Juliana, olha o teu filho. Juliana, ele vai acabar te matando.” Sylvia: “É importantíssimo que parentes, familiares e amigos estejam junto com essa mulher, conversando com ela, fazendo com que ela perceba que ela não pode continuar numa relação abusiva, nessa situação de violência.”

Juliana: “Então não questiona. A única coisa que a gente precisa é do ombro. E de força, força pra conseguir sair dessa.” Vitória: “Ela não precisa aturar essas coisas, ela pode ter voz. Ela pode falar: não, eu não preciso disso. Eu sou a minha dona, eu posso fazer o que eu quero.” Carol: “Ninguém responde por mim.” Maria da Penha: “Eu sou a Maria da Penha que foi vítima de violência doméstica em 1983 e a partir dessa época eu comecei a lutar por justiça. Eu consegui que o meu agressor fosse preso depois de 19 anos e seis meses de luta por justiça.” Quando não conseguirmos usar a nossa voz, só temos que nos lembrar: tem sempre alguém ao nosso lado.

Maria da Penha: “Em seis de agosto de 2006, o presidente Lula sancionou a Lei Federal 11.340, batizada com o meu nome.” Juliana: “Pra quem tem um amigo, um familiar passando por qualquer tipo de agressão, não desista. Liga, procura saber como ela está, ofereça ajuda. É possível sim superar a violência doméstica.” Maria da Penha: “Eu, antes de dormir, eu digo, graças à Deus, eu hoje cumpri mais uma etapa dessa minha caminhada contra a violência contra a mulher e obrigada meu Deus pela vida que eu tenho.” Obrigada por compartilharem suas histórias e usarem suas vozes para enfrentarmos as violências previstas na Lei Maria da Penha.

No final do vídeo, Carol e Vitória cantam a música *Ela é Dona*: “Que ela é dona, que ela é dona de si. Ninguém te faz desistir de viver.” O Instituto Maria da Penha cedeu gratuitamente os direitos de uso de imagem de Maria da Penha. Existe voz quando nos unimos. Juntas transformamos.

Dos mais de setenta comentários, é possível ler: “Muitos não entendem...muitos nem imaginam que um marido drogado pode tb estuprar sua esposa. A maioria das mulheres ainda dizem e questionam outras em como ela ficou tanto tempo aguentando. Só quem passou por isso sabe explicar. Temos q nos unir. #Sororidade” ao que outra mulher responde “E porque estás mulheres ficam com eles? Eu não espero acontecer... trabalho e sou independente afetivamente ... não espero que ninguém mude, dois casamento que tive, um eu saí do apto com linhas filhas pq ele queria o apto o outro coloquei de cada para fora... não preciso olhar pro lado da câmera e ver alguém para ser feliz.”

Em outros comentários: “Parabéns ao Instituto Avon, nos ajudou a entender diferentes formas de agressão, que é bem mais ampla do que só a física, obrigada pelas informações, esclareceu dúvidas que muitas vezes temos”, “Cre Só Deus liberta dos vícios”.