

Pelo fim da violência contra a mulher

Uma estratégia com uso de Redes Sociais

**Alexandre D. Rogoski, Guilherme Enoc,
Guilherme H. P. Gonçalves, Maycon Sambinelli, Otávio Siste**

Departamento de Informática
Universidade Estadual de Maringá (UEM) – Maringá, PR – Brasil

alexandre@exatati.com.br,
{guiegas,ggpolo,msambinelli,otaviosiste}@gmail.com

Abstract.

Resumo.

1. Introdução

2. Violência contra a mulher

Seguindo o dossiê de [dos Santos and Fontana 2001], encontra-se a seguinte definição de como a violência tem sido entendida: “uma ação praticada que envolva a lesão, seja ela física, psicológica, simbólica ou sexual, à integridade da vítima”. Infelizmente a verificação dessa definição ocorre rotineiramente, sendo distribuída continuamente pelos meios de comunicação. Pelo menos 15 conceituações sobre formas de aplicar a violência podem ser encontradas por meio deste mesmo dossiê. Destinando-se especificamente a violência contra a mulher, o dossiê define todos estes conceitos e entre eles estão: violência sexual, violência psicológica, violência doméstica, violência física, discriminação contra a mulher, violência de gênero, violência institucional, entre outros. O penúltimo dos conceitos mencionados refere-se a “violência aplicada sem distinção de raça, classe social, religião, idade ou qualquer outra condição, produto de um sistema social que subordina o sexo feminino” [dos Santos and Fontana 2001]. A última forma mencionada trata da violência oriunda dos órgãos e agentes públicos. Fica claro que a violência tem ocorrido com tanta frequência e dos mais diversos modos que foi necessário a criação de classificações específicas. Ao longo dessa seção será discutido essa forma de violência com enfoque no Brasil.

Desde 1994, por meio da Convenção Interamericana para prevenir, punir e erradicar a violência contra a mulher [Assembleia Geral da OEA 1994], o Brasil e os demais 34 países membros da OEA (Organização dos Estados Americanos) têm definido os deveres do país, mecanismos de proteção, direitos protegidos e definições a cerca da violência contra a mulher. Ficou definido que a violência contra a mulher é “qualquer ação ou conduta, baseada no gênero, que cause morte, dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico à mulher, tanto no âmbito público como no privado”. E que toda mulher tem direito a uma vida livre de violência, tanto no âmbito público como no privado. Ainda foi estabelecido que em todo o território nacional é condenado todas as formas de violência contra a mulher e concorda-se em adotar, por todos os meios apropriados e sem demora, políticas voltadas a prevenção, punição e erradicação desta forma de violência. Entre os mecanismos de proteção foi dito que qualquer pessoa ou grupo de pessoas, ou entidade

não-governamental legalmente reconhecida, pode apresentar à Comissão Interamericana de Direitos Humanos petições que contenham denúncias ou queixas de violação do Artigo 7 do documento em discussão. Entretanto, não está claro quais ações estão previstas para os denunciados.

De modo geral pode-se dizer que a sociedade brasileira atualmente condena a violência física contra a mulher, devido a efeito de resultados partindo da Convenção mencionada acima ou não. A pesquisa realizada por [Instituto Patrícia Galvão 2004] exhibe a estatística de que “91% dos brasileiros consideram muito grave o fato de mulheres serem agredidas por companheiros e maridos”. Ainda, 90% dos entrevistados “acham que o agressor deveria sofrer um processo e ser encaminhado para uma reeducação”. Por um lado o povo parece estar consciente dessa forma de violência e de que punições devem ser aplicadas. Por outro lado, o estudo de [Instituto AVON/IBOPE 2009] indica que a cada 15 segundos uma mulher é agredida e, assim, revela algum problema mais grave com a sociedade. Um dos pontos favoráveis a tanta violência pode estar relacionado ao fato de que mais da metade, 56% de acordo com [Instituto AVON/IBOPE 2009], de uma parcela representativa da população tem a opinião de que a mulher não pode confiar na proteção jurídica e policial existente no Brasil. Ou seja, a impunidade (ou ao menos a sensação da mesma) pode estar favorecendo mais essa prática. Entretanto, há outros problemas mencionados. Para outros 38%, o álcool é o fator que leva a violência doméstica. Além disso, outros 36% acreditam que a cultura do homem brasileiro é naturalmente violenta. Sendo um fator cultural este último, a pesquisa tentou buscar opiniões a cerca do que poderia ser feito para reduzir esses números. Cerca de metade (48% desta mesma pesquisa) dos entrevistados acreditam que o mais importante para o ajuste cultural esteja relacionado aos pais darem o exemplo de relacionamento respeitoso e igualitário.

Já a agressão unicamente psicológica (aquela que não faz uso da violência física), baseando-se na pesquisa acerca de material relacionado, parece ser bem menos comentada além de ser mais difícil de comprovar. Ainda assim, o artigo de [da Penha Vieira 2001] diz que essa é a forma mais comum de violência e mais danosa que a própria violência física. Uma forma de violência psicológica atualmente bastante conhecida é o *bullying*, que pode ocorrer em qualquer lugar onde hajam pessoas que interagem. Porém, diferentemente da violência física, aqui não há uma dominância clara de quem é mais agredido ou de quem agride mais.

Independente da violência sofrida, pode-se pensar que a vítima imediatamente rompa relações existentes com o agressor. Entretanto, esse não é o caso. Na pesquisa apresentada em [Instituto Patrícia Galvão 2004], as 4 opiniões que lideraram o motivo por não haver esse rompimento foram: falta de condições econômicas para viver sem o companheiro (24%), preocupação com a criação dos filhos (23%), medo de morte caso rompa a relação (17%), falta de auto-estima (12%). Com outros dados ali apresentados, verifica-se que entre todos os entrevistados, a maior porcentagem daqueles que opinaram por “medo de morte” representam os indivíduos de menor poder aquisitivo, baixa escolaridade e de idade entre 16 e 24 anos. Ou seja, muitas mulheres vivem em real situação de risco. O reflexo direto dessa situação é de que, de acordo com [Instituto AVON/IBOPE 2009], a violência doméstica tem sido considerado o problema mais preocupante para as mulheres brasileiras. Em 2006, 50% das mulheres consideravam este como o tópico mais problemático e em 2009 passou para 56%. Até mesmo assuntos como AIDS e câncer de

mama e útero ficaram atrás na pesquisa.

As consequências desta violência são as mais diversas. O texto em [Hane and Ellsberg 2002] apresenta um ciclo da violência contra a mulher ao longo de sua vida e seus efeitos sobre a saúde, que pode ser visto na figura 1. Existe, assim,

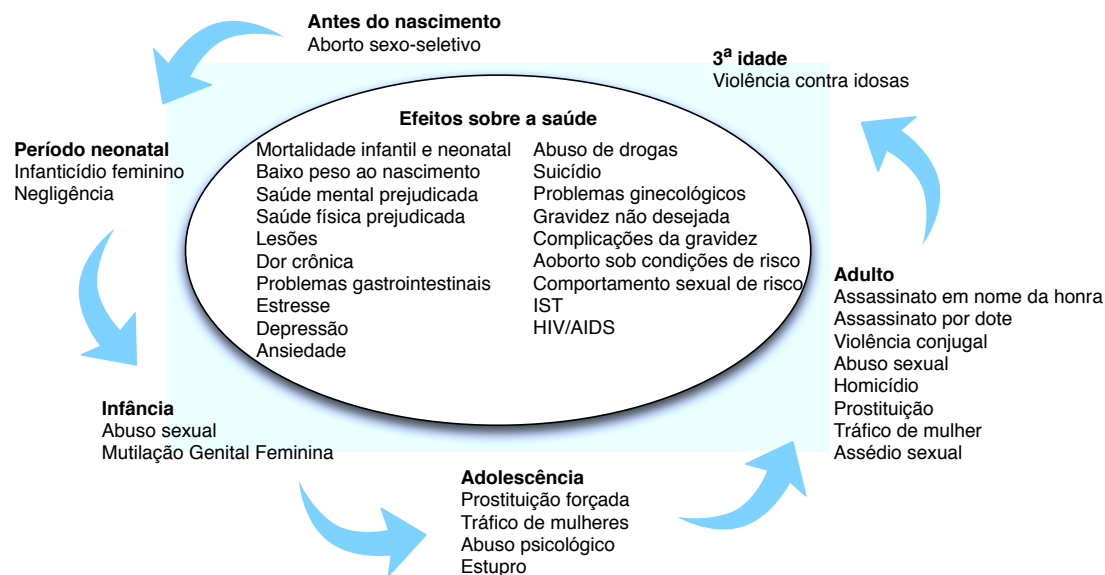


Figura 1. A violência contra a mulher em seu ciclo de vida e os efeitos sobre a saúde

a possibilidade da violência iniciar-se antes mesmo do nascimento e continuar durante toda a vida. O impacto da violência pode ser tanto imediato quanto de longo prazo, sendo que as sobreviventes muitas vezes desenvolvem a prática de uso de álcool e drogas [Hane and Ellsberg 2002]. Também há ocorrência de dores crônicas, problemas e sintomas neurológicos (desmaios e convulsões, por exemplo), distúrbios gastrointestinais e problemas cardíacos. Além disso, as mulheres agredidas frequentemente vivem com medo, desenvolvem depressão, ansiedade e síndrome do estresse pós-traumático. Um estudo da OMS (Organização Mundial de Saúde) feito no Brasil (além de outros países) mostrou que mulheres que haviam sofrido abuso físico ou sexual pelos seus parceiros pensavam duas vezes mais em suicídio quando comparadas àquelas que não haviam sofrido nenhuma forma de abuso. O trabalho apresentado em [Heise et al. 1999] diz ainda que as sobreviventes a esses tipos de atos têm maior probabilidade de adotarem comportamentos sexuais de alto risco (prostituição, múltiplos parceiros, entre outros) e consequentemente gravidez indesejada e/ou HIV (*Human Immunodeficiency Virus*) e IST (Infecções Sexualmente Transmissíveis).

Um ponto positivo no Brasil é a verificação de que não mais aguarda-se pelo poder público quando o assunto tratado é a violência contra a mulher, felizmente. Diversas organizações têm surgido e atuado com o objetivo de erradicar este problema social. De acordo com o trabalho feito em [Instituto AVON/IBOPE 2009], há 6 organizações mais atuantes no país: Instituto Patrícia Galvão (<http://www.patriciagalvao.org.br>), Comitê Latino Americano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher (Cladem – <http://www.cladem.org>), Centro Feminista de Estudos e As-

ssessoria (CFEMEA – <http://www.cfemea.org.br>), CEPIA (Cidadania, Estudo, Pesquisa, Informação, Ação – <http://www.cepia.org.br>), Fundação Perseu Abramo (<http://www.fpabramo.org.br>), Themis – Assessoria Jurídica e Estudos de Gênero. A última dessas é uma ONG fundada em 1993 que “busca no Direito e na Capacitação Legal, a efetivação dos direitos humanos das mulheres através do acesso a justiça, contribuindo assim, com a superação das desigualdades sociais” (<http://www.themis.org.br/>). É possível que esse seja um modo de reverter a situação em relação a sensação de impunidade existente. As demais organizações, de forma geral, tem como intuito promover o acesso a informações relacionadas a esse tópico e também fortalecer políticas de combate a agressão e assistência a vítima.

2.1. Casos de violência contra a mulher

3. Lei Maria da Penha

4. Combate a violência contra a mulher

5. Uso de redes sociais para ajudar a erradicar a violência contra a mulher

5.1. Redes sociais

Uma pesquisa realizada pela Nielsen (<http://www.nielsen.com/>) em 2009 [Nielsen 2009] mostrou que dois terços da população mundial¹, que dispõe de acesso a Internet, visita rede social ou *blogs* e gasta quase 10% de todo o tempo consumido na Internet. Isso significa que esses sites já superam o tempo gasto com email, ficando atrás somente dos setores de busca (Google, por ex.), portais (UOL, Terra, etc) e aplicativos de uso geral (editores de texto, por ex.). De acordo com as métricas da Nielsen, a rede social Facebook é a líder mundial, sendo acessada por 3 a cada 10 pessoas *on-line*. Algo ainda, talvez, mais assustador surge se considerarmos uma pesquisa realizada pela comScore (<http://www.comscore.com>) em Agosto de 2010 no Brasil [comScore 2010]. Nesta pesquisa foi constatado a presença de pouco mais de 37 milhões e 500 mil usuários de Internet no Brasil com 15 anos ou mais, onde mais de 36 milhões (ou seja, mais de 96% do total) visitaram redes sociais. O brasileiro também surpreende no tempo gasto com redes sociais, chegando a 20% do tempo total gasto *on-line*. Esta pesquisa da comScore não considerou tráfego originado de computadores públicos (como *cyber* cafés ou celulares).

Focando-se no Brasil, discutimos informações a respeito de redes sociais. De acordo com os dados da pesquisa [comScore 2010], as três redes sociais mais acessadas no Brasil são, em ordem de maior acesso: Orkut, Facebook, Twitter. Dados adiante serão dedicados exclusivamente a essas três redes. A figura 2(a) apresenta a quantidade de usuários distintos que acessaram cada site e em 2(b) é apresentado o tempo médio que cada usuário permaneceu nesses sites durante o mês todo.

O Orkut foi um dos destinos de cerca de 78% (mais de 29 milhões) do total de pessoas *on-line* no país durante um mês. Na média, os usuários do Orkut gastaram mais de 4 horas e meia (275,8 minutos) ao longo do mês nesta rede social. As outras redes ficaram bastante distantes dos números desta, mas o Facebook cresceu 479% em

¹Estados Unidos, Brasil, Reino Unido, França, Alemanha, Itália, Espanha, Suíça e Austrália – países onde a Nielsen faz uso de seu serviço NetView

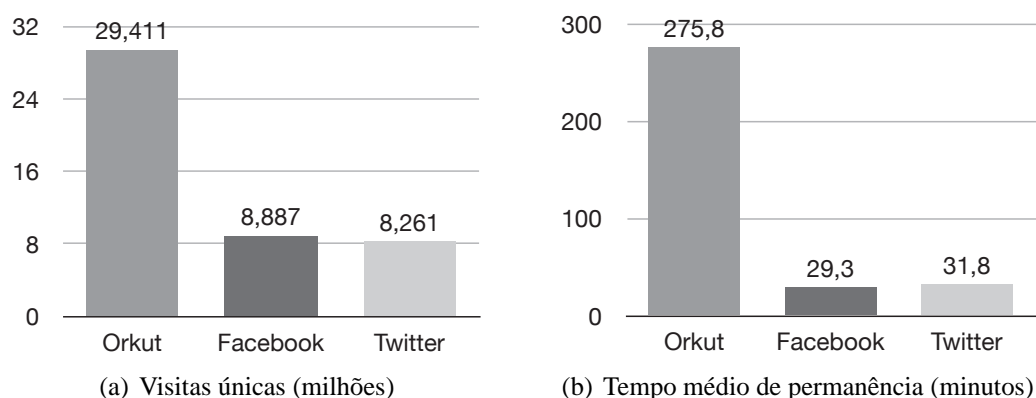


Figura 2. Redes sociais mais visitadas em Agosto de 2010 – Brasil

relação ao ano passado de acordo com a pesquisa. Além disso, o Twitter atingiu cerca de 23% da população com acesso a Internet no Brasil; resultado esse que coloca o Brasil como o país que mais utiliza o Twitter em porcentagem de usuários.

Continuando com esta pesquisa da comScore [comScore 2010], apresentamos a figura 3. Em 3(a) é exibido o número de páginas do site que cada usuário visitou, em média, durante um mês. Na 3(b) é apresentado o número de vezes em média que cada usuário visitou o respectivo site. Nota-se que apesar do Orkut ter uma quantidade superior de páginas visitadas em média, ao calcular a razão $\frac{\text{tempo permanência}}{\text{páginas visitadas}}$ verifica-se que os usuários do Twitter são os que apresentam a maior permanência, em média, por página: cerca de 43 segundos. Talvez esta razão esteja indicando que há uma busca excessiva por conteúdo e que, talvez, poucas páginas acessadas são realmente lidas.

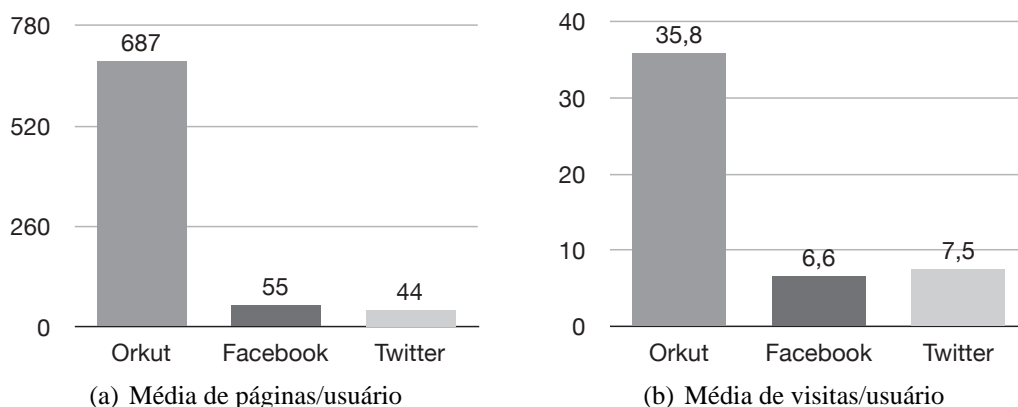


Figura 3. Média de páginas e visitas por visitante nas redes sociais no Brasil

Em relação a consumo de conteúdo, a pesquisa em [comScore 2010] apresenta dados por idade, gênero e região. De modo geral, as mulheres consomem mais conteúdo em redes sociais. Os mais jovens, aqueles entre 15 e 24 anos, consomem mais conteúdo do que um visitante mediano nas redes Orkut e Twitter. A rede Facebook foi aquela onde usuários de idade a partir de 25 anos mostraram-se mais ativos. Esses e outros dados podem ser vistos na figura 4.

Por meio do site *DoubleClick Ad Planner* – Google [Google 2010] buscou-se da-

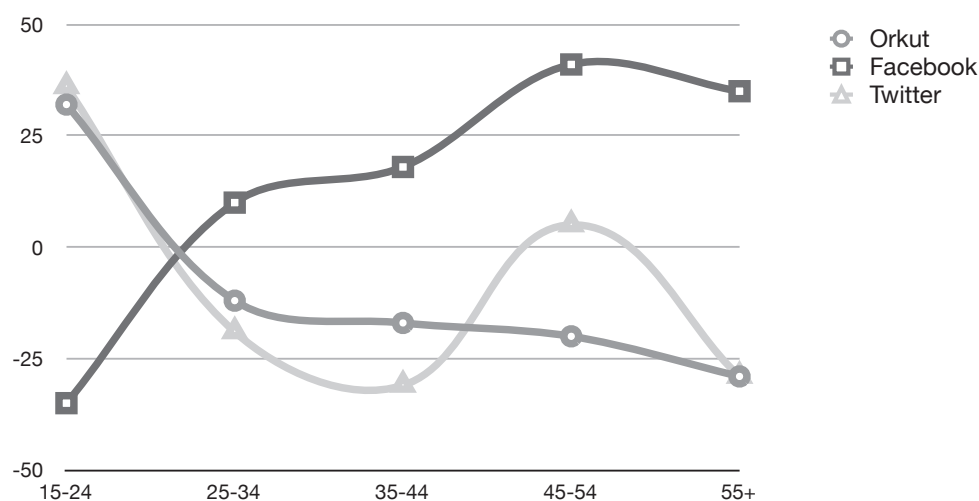


Figura 4. Consumo de conteúdo por idade sobre consumidor mediano (%)

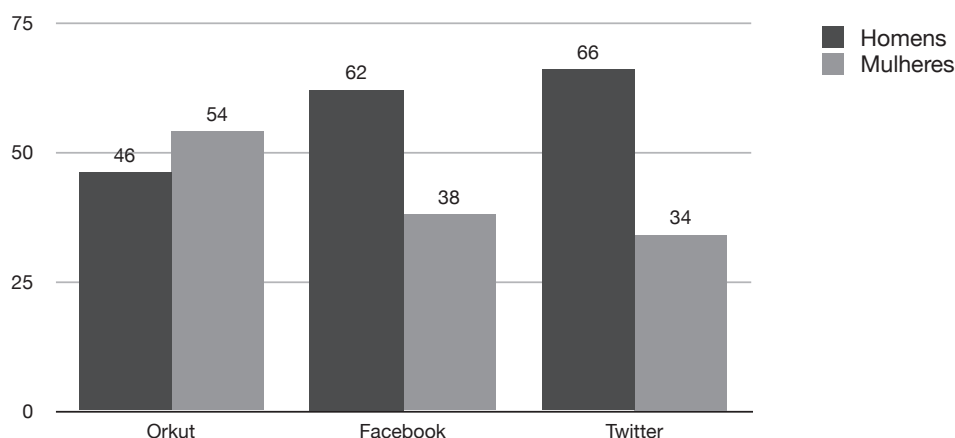


Figura 5. Percentual de acessos por gênero

dos em relação a quantidade de acessos por sexo. A figura 5 apresenta estas informações para setembro de 2010. Entre as 3 redes estudadas, o Orkut foi a única que mostrou maior quantidade de acessos por parte das mulheres.

6. Conclusão

Referências

Assembleia Geral da OEA (1994). Convenção interamericana para prevenir, punir e erradicar a violência contra a mulher – “convenção de belém do Pará”. <http://www.pge.sp.gov.br/centrodeestudos/bibliotecavirtual/instrumentos/belem.htm>. Acessado em 21 de Outubro de 2010.

comScore (2010). Orkut continua liderando o mercado de redes sociais no brasil, e a audiência do facebook quintuplica. http://www.comscore.com/por/layout/set/popup/layout/set/popup/Press_Events/Press_Releases/2010/10/Orkut_Continues_to_Lead_Brazil_s_Social_

- Networking_Market_Facebook_Audience_Grows_Fivefold. Acessado em 21 de Outubro de 2010.
- da Penha Vieira, M. (2001). Violência psicológica. <http://www.dominiofeminino.com.br/separacao/apartviolencia.htm>. Acessado em 22 de Outubro de 2010.
- dos Santos, S. F. and Fontana, M. (2001). Dossiê violência contra a mulher. <http://www.redesaude.org.br/Homepage/Dossi%EAAs/Dossi%EA%20Viol%EAncia%20Contra%20a%20Mulher.pdf>. Acessado em 21 de Outubro de 2010.
- Google (2010). Doubleclick ad planner – google. <https://www.google.com/adplanner/>. Acessado em 21 de Outubro de 2010.
- Hane, B. and Ellsberg, M. (2002). Violência contra as mulheres: Efeitos sobre a saúde reprodutiva. *OutLook*, 20(1).
- Heise, L., Ellsberg, M., Gottemoeller, M., Robey, B., Goldstein, S. M., and Zlidar, V. M. (1999). Ending violence against women. In *Population Reports*, volume XXVII. Johns Hopkins University School of Public Health, Population Information Program, Baltimore, Maryland, USA.
- Instituto AVON/IBOPE (2009). Percepções sobre a violência doméstica contra a mulher no brasil. http://www.falesemmedo.com.br/_conteudo/download/pesquisa/IBOPE-Pesquisa.pdf. Acessado em 21 de Outubro de 2010.
- Instituto Patrícia Galvão (2004). O que a sociedade pensa sobre a violência contra as mulheres. <http://www.violenciamulher.org.br/pesquisa.pdf>. Acessado em 21 de Outubro de 2010.
- Nielsen (2009). Global faces and network places – a nielsen report on social networking's new global footprint. http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf. Acessado em 22 de Outubro de 2010.