

VOZES DA VIOLÊNCIA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO PUBLICITÁRIO NO FILME “VOCÊ É MAIS FORTE QUE O MEDO”

Autora Amanda Nascimento Madeiro de Oliveira; Co-autora Bárbara de Melo Lima

Centro Universitário Tiradentes; amandamadeiro@live.com

Resumo

A Lei Maria da Penha criou mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher. O presente artigo foi desenvolvido a partir de um filme publicitário intitulado de “Você é mais forte que o medo”, e foi construído a partir da análise pautada pela observação, interpretação e levantamento de dados sobre o tema. Com o objetivo geral de analisar e mapear os discursos do filme publicitário e como objetivos específicos de problematizar a consolidação da violência entre homens e mulheres e apresentar os diversos tipos de violências não consolidadas a partir das falas do filme publicitário. Como referencial teórico foi utilizado Michel Foucault, mais precisamente a compreensão sobre jogos de poder e da Lei Maria da Penha como tecnologia de governo de vida. As análises seguiram o roteiro em que o filme é construído, a partir dos elementos linguísticos e visuais apresentados, sendo analisadas todas as falas e movimentos. Com o material levantado e analisado, e considerando a Lei Maria da Penha como ferramenta de inovações nas vidas cotidianas, é possível expor o intuito do filme de desfazer estereótipos presentes em situações de violência, desde a apresentação das vozes e na ênfase para além de relações heterossexuais. Desfazendo, assim, de estereótipos que são produtores e reprodutores de opressão.

Palavras-chave: violência, lei, Maria da Penha.

Introdução

A pesquisa intitulada “Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado” (SESC, 2010) realizada pela Fundação Perseu Abramo em 2010, expõe que a cada dois minutos, cinco mulheres são violentamente agredidas no Brasil. Segundo os pesquisadores já foi pior – 10 anos atrás esse número era de aproximadamente oito mulheres espancadas no mesmo intervalo de tempo. Os pesquisadores ainda concluíram que aproximadamente 7,2 milhões de mulheres maiores de 15 anos já sofreram algum tipo de agressão e que 1,3 milhões delas aconteceram nos 12 meses que antecedem a pesquisa.

Diante desse contexto, a Lei Maria da Penha (BRASIL, 2006) cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher. Nos termos do art. 226 da Constituição Federal (BRASIL, 1988), da Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres e da Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e a Violência contra a Mulher; dispõe sobre a criação dos Juizados de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher; altera o

Código de Processo Penal, o Código Penal e a Lei de Execução Penal; além de várias outras providências.

O artigo foi desenvolvido a partir da análise de um filme publicitário desenvolvido na instituição de ensino das autoras, tendo esse o intuito de promover e conscientizar os 10 anos da Lei Maria da Penha, intitulado de “Você é mais forte que o medo” (MADEIRO, 2017). O filme consistiu em apresentar e alertar a população que a violência está presente no cotidiano seja a violência física, no ambiente domiciliar ou a violência de gênero.

Com isso, há um esclarecimento sobre os diversos tipos de violência e que essa violência pode partir de diversos meios e relações. Para a Lei, a agressão não é restringida pela definição do sexo biológico, e na definição dos sujeitos do crime não há relevância diante da sua orientação sexual. Ou seja, pela lei, se faz necessário existir uma relação pessoal entre os envolvidos, uma relação de afetividade, podendo decorrer da convivência no lar, de relacionamento amoroso ou outros meios.

O objetivo geral do artigo consistiu em analisar e mapear os discursos do filme publicitário “Você é mais forte que o medo”. Com os objetivos específicos de problematizar a consolidação da violência entre homens e mulheres e apresentar outros tipos de violências não consolidados a partir das falas do filme publicitário.

Metodologia

O artigo foi construído a partir da análise pautada pela observação, interpretação e levantamento de dados sobre o tema, para utilizar esses como instrumentos de questionamento, compreendendo e analisando o discurso exposto. Esse discurso está presente no objeto de análise, no caso o filme publicitário “Você é mais forte que o medo”. Para assim, estruturar a análise, por exemplo, pela escolha da atriz, as falas ditas e os movimentos seguidos por essas falas.

A análise foi construída a partir do aporte teórico de Michel Foucault, mais precisamente diante das discussões do autor sobre poder, biopoder e sexualidade em suas obras. O poder é apresentado por Foucault (1990) como não adquirido, tomado ou partilhado, o poder é exercido com uma série de intuítos e objetivos, e as suas relações estão imanentes nos processos econômicos, relações de conhecimento e relações sexuais. “Onde há poder, há resistência, e no entanto, ou melhor, conseqüentemente, essa resistência nunca está numa posição de exterioridade em relação a ele” (OKSALA, 2011, p. 82).

O biopoder é compreendido como um poder protetivo, um controle de vida, possuindo o intuito de proteger a vida, focando tanto no individual como na população. Exemplos podem ser vistos no controle regulatório da reprodução, nascimento e mortalidade, expectativa de vida.

Foucault toma a sexualidade como instrumento-efeito de expansão do biopoder. Em seus volumes da História da Sexualidade, o autor expõe que as relações de poder permeiam todo o corpo da sociedade, podendo ser mais densas em algumas regiões e menos em outra, por exemplo, por causa da cultura. No primeiro volume do seu livro (FOUCAULT, 1977), Foucault afirma que o que caracterizou a atitude básica da sociedade moderna em relação ao sexo não foi a repressão, mas o fato da sexualidade ter se tornado objeto de um novo tipo de discursos que se multiplicou. Discursos como médicos, jurídicos e psicológicos, que estabeleciam uma verdade científica, determinando um valor moral a pessoa, assim como a sua saúde, seu desejo e sua identidade.

O masculino pode ser tomado como exemplo para compreender um ideal esperado do gênero. Acredita-se ter uma verdade atribuída aos homens sobre a incapacidade de controle dos instintos sexuais, utilizada como uma forma de justificar uma série de comportamento considerada essencialmente masculina.

Essas colocações permitem pensar a sexualidade como construções sociais e históricas que sempre implicam em uma conexão com as relações de poder.

A partir de Foucault, compreendemos que o sistema jurídico em geral, apesar de possuir uma pretensão ligada a neutralidade, tem as suas materialidades e sociabilidades inscritas em jogos de poder e de interesses (FOUCAULT, 1977; OKSALA, 2011). Assim, as leis são utilizadas como táticas, incluídas na arte de governar (FOUCAULT, 2008)

Compreendemos a Lei Maria da Penha como um acontecimento, podendo demarcar uma nova forma de legitimação de saberes, já que a lei afirma que qualquer violência contra a mulher é crime e viola os Direitos Humanos. Assim como, compreendemos a lei como uma tecnologia de governo da vida (MÉLLO, MEDRADO, BERNARDES, 2010), inaugurando novos regimes de verdade sobre violência de gênero, “especialmente aquela que acontece entre duas pessoas que, em princípio, uniram-se por ‘laços de afeto’” (MÉLLO, MEDRADO, BERNARDES, 2010, p. 128). Importante frisar que esse laço é referido à violência conjugal.

Resultados e Discussão

Para entender as análises desse trabalho, se faz necessário compreender a amplitude da aplicação da Lei Maria da Penha. Vale ressaltar que a lei não se restringe a agressão entre cônjuges heterossexuais. Como apresenta os autores Méllo, Medrado e Bernardes (2010, p. 130):

A própria Lei Maria da Penha reconhece que o agressor não precisa ser necessariamente um homem: pode ser a companheira numa parceria lésbica. Todavia, sabemos também que a materialização da vida masculina e da vida feminina, no mundo ocidental, favoreceu a que homens se considerassem até no direito de agredir suas companheiras se elas “os desobedecessem” ou não “lhes servissem”.

Com isso, podemos explicitar melhor a partir do artigo 7º da Lei nº 11.340/2006 (BRASIL, 2006), que apresenta os tipos de violência doméstica e familiar contra a mulher:

Violência física: “art. 7º, Lei 11.340/2006. I – a violência física, entendida como qualquer conduta que ofenda sua integridade ou saúde corporal”;

Violência psicológica: “art. 7º, Lei 11.340/2006. II - a violência psicológica, entendida como qualquer conduta que lhe cause dano emocional e diminuição da auto-estima ou que lhe prejudique e perturbe o pleno desenvolvimento ou que vise degradar ou controlar suas ações, comportamentos, crenças e decisões, mediante ameaça, constrangimento, humilhação, manipulação, isolamento, vigilância constante, perseguição contumaz, insulto, chantagem, ridicularização, exploração e limitação do direito de ir e vir ou qualquer outro meio que lhe cause prejuízo à saúde psicológica e à autodeterminação”;

Violência sexual : “art. 7º, Lei 11.340/2006. III - a violência sexual, entendida como qualquer conduta que a constranja a presenciar, a manter ou a participar de relação sexual não desejada, mediante intimidação, ameaça, coação ou uso da força; que a induza a comercializar ou a utilizar, de qualquer modo, a sua sexualidade, que a impeça de usar qualquer método contraceptivo ou que a force ao matrimônio, à gravidez, ao aborto ou à prostituição, mediante coação, chantagem, suborno ou manipulação; ou que limite ou anule o exercício de seus direitos sexuais e reprodutivos”;

Violência patrimonial: “art. 7º, Lei 11.340/2006. IV - a violência patrimonial, entendida como qualquer conduta que configure retenção, subtração, destruição parcial ou total de seus objetos, instrumentos de trabalho, documentos pessoais, bens, valores e direitos ou recursos econômicos, incluindo os destinados a satisfazer suas necessidades”;

Violência moral: “art. 7º, Lei 11.340/2006. V - a violência moral, entendida como qualquer conduta que configure calúnia, difamação ou injúria”.

As análises seguiram o roteiro em que o filme é construído e junto será apresentado a imagem que faz relação com essa, sendo a primeira imagem (Figura 1) apresentada a atriz negra em um ambiente com pouca iluminação, tendo o foco apenas nela, gerando, assim, um clima dramático. A escolha da atriz pode ser compreendida pelo fato de que, a partir da pesquisa do Instituto de Segurança Pública do Rio de Janeiro¹, 56,8% das mulheres vítimas dos estupros registrados no Estado em 2014 foram mulheres negras e que 62,2% dos homicídios foram de mulheres negras e pardas.

¹ Dossiê mulher 2015. Organização: Andréia Soares Pinto, Orlinda Cláudia R. de Moraes, Joana Monteiro. – Rio de Janeiro: Instituto de Segurança Pública, 2015.



Figura 1

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40>

A primeira frase dita no filme é com voz masculina e expõe que “filha minha não anda como puta”, sendo acompanhada de uma mão que segura à garganta da atriz, apresentada na Figura 2. Esse ato faz referência ao machismo e ao patriarcado presente, principalmente, nas famílias, onde as mulheres têm suas vozes sufocadas. Compreendemos como a primeira repressão, a do âmbito familiar, em que há uma subordinação das mulheres, levadas a serem obedientes. O autor Muszkat (1998) aborda o entendimento da cultura patriarcal e da família inserida nesse,

A chamada cultura patriarcal – presente na subjetividade da sociedade contemporânea – define os homens como detentores de prestígio e poder, atribuindo às mulheres – estimuladas a atuar nas brechas desse poder através do jogo da sedução – uma condição de fraqueza e inferioridade, que as tornam vítimas naturais dos mais variados tipos de proibição e marginalizações. (p. 227)

É a família, como principal agência socializadora, quem tem as suas funções concentradas na formação das personalidades. Nesse espaço social, no confronto entre gerações, os modelos sexuais são definidos pelas suas relações de poder seja no plano social, material ou emocional. (p. 226).

Essas formas de organização, atribuindo a mulher a responsabilidade com o cuidado da casa e a uma “sensibilidade inata” e ao homem a força física, legitimam a subordinação feminina e a superioridade masculina. As posições sociais estabelecidas são pouco reversíveis e marcam um sistema patriarcal da dominação masculina, como também, relações de poder entre homens e

mulheres. Essas posições sociais, assim como, o sistema patriarcal de dominação masculina esta enraizado nas relações humanas e estão inscritos nas práticas cotidianas e, também, familiares.



Figura 2

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40>

A segunda frase também dita com voz masculina: “se gritar eu bato mais forte”, representada junto com o movimento de calar a atriz é compreendida pelo medo de que vitimas de violência sentem, e no caso do filme publicitário, ao medo de denunciar o agressor. Um dado apresentado na pesquisa do Data Senado², que serve para compreendermos esse medo, demonstra que 1 em cada 5 mulheres brasileiras já sofreu violência doméstica ou familiar, sendo alarmante que os principais agressores (73%) são maridos, companheiros, namorados ou ex, em 26% dos casos as mulheres ainda convivem com o agressor e 14% permanecem sofrendo violência. Esse medo também pode ser retratado pelo Senado Federal³ ao informar que nas agressões sofridas no âmbito doméstico, atrelado ao caso do filme, apenas um terço das mulheres alertam/notificam as autoridades públicas.

² O DataSenado realizou, em sua 6ª edição, uma entrevista com 1102 mulheres brasileiras, no período de 24 de junho a 07 de julho de 2015.

³ Projeto de Lei do Senado nº 292, de 2013 (2013). Altera o Código Penal, para inserir o feminicídio como circunstância qualificadora de homicídio. Brasília/DF: Senado Federal.



Figura 3

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40>

A terceira frase dita em voz feminina é “mulher foi feita pra cuidar da casa e não para pensar” em conjunto com mão fechando ainda mais o rosto da atriz, é compreendido pela representação da violência de gênero com o machismo que existe entre as próprias mulheres. Em relação com a primeira frase em que mulheres são levadas a subordinação e a educação para permanecer em casa e cuidando dessa. Com isso, disseminando esse pensamento com e para outras mulheres.

Esse tipo de violência ocorre muitas vezes por essa subordinação feminina e por atribuir a essa mulher um papel de gênero pré-estabelecido. Ao fugir desse papel que necessita ser desempenhado, o comportamento dessa não é socialmente aceito. Ou seja, o papel esperado da mulher é com o cuidado primeiro com a casa e com a família.

As autoras Nardi e Spindler (2014), através de seu trabalho de campo no Juizado de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher e na Delegacia da Mulher, em Porto Alegre, levantam como hipótese de análise para o arquivamento de diversos processos judiciais, relacionados à violência contra a mulher, os discursos de dominação masculina e da preservação da família.



Figura 4

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40>

A quarta frase “você casou comigo, tem que agir como eu quiser” dita por uma voz feminina com mais uma mão sobre o rosto da atriz representa a violência patriarcal na forma da submissão da mulher ao casamento, valendo ressaltar que pode ser compreendida por relações heterossexuais ou homossexuais. Muitos relacionamentos abusivos tendem a deixar a mulher subordinada por conta dos filhos ou, até mesmo, por medo da questão financeira, que geralmente encontra-se dominada pelo outro.



Figura 5

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40>



Figura 6

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40>

A última frase dita por uma voz masculina e acompanhada com a última mão fechando o rosto da atriz é “você é a minha mulher, tem que me satisfazer”. O objetivo dessa frase esta

implicado na violência sexual, mais precisamente na desmistificação da ideia de que essa violência encontra-se fora do âmbito familiar, podendo ocorrer, como no caso da frase, dentro desse. Insinuando, assim, que por essa mulher estar casada tem o dever de satisfazer o parceiro.

A análise dos elementos linguísticos e visuais apresentados nos ajuda a perceber como todo o contexto escolhido e operado pelo produtor do texto são de importância na construção do próprio discurso publicitário, já que se trata de um filme publicitário, tendo o objetivo de “orientar o interlocutor na construção de sentido” (KOCH, 2004). Valendo ressaltar que essa construção de sentido faz relação com a forma de integrar o receptor à sociedade de consumo (CARVALHO, 2006).

Conclusão

A partir do material levantado e analisado é importante considerarmos a violência contra a mulher como um problema social grave, frequente e persistente, e a Lei Maria da Penha como ferramenta de inovações nas vidas cotidianas, podendo romper com naturalizações, dada a sua relevância política da violência contra a mulher e a visibilidade pública que adquiriu na sociedade brasileira. Ou seja, as falas e os movimentos apresentados no filme publicitário “Você é mais forte que o medo” tendo como intuito desfazer estereótipos presentes em situações de violência, focando, no caso, na Lei Maria da Penha. Um exemplo encontra-se na apresentação das vozes, indo para além da agressão entre cônjuges heterossexuais, como geralmente é enfatizado.

Nesse sentido, o presente artigo expandiu sobre a questão do estereótipo, pela compreensão de que esses estereótipos podem ser produtores e reprodutores de uma maior opressão (COOK, CUSACK, 2010), para além da violência já vivenciada. Essas determinações de um papel de gênero a ser desempenhado submete tanto mulheres como homens.

Espera-se, assim, que seja possível empreender esforços para uma eliminação desses estereótipos prejudiciais de gênero e uma melhor conscientização diante dos diversos tipos de violência contra a mulher.

Referências

CARVALHO, Nelly. Publicidade a linguagem da sedução. São Paulo: Ática: 2006.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. p. 292.

BRASIL. Lei Maria Da Penha. Lei N.º11.340, de 7 de Agosto de 2006.

COOK, Rebecca; CUSACK, Simone. Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2010.

FOUCAULT, Michel. História da sexualidade: a vontade de saber. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon de Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1977. v. 1.

FOUCAULT, Michel. Segurança, território, população. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008. (Curso ministrado originalmente em 1978).

FOUCAULT, Michel. *The History of Sexuality*, vol. 2: *The Use of Pleasure* (1984). Harmondsworth, Penguin, 1992.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. Introdução á linguística textual. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MÉLLO, Ricardo Pimentel. MEDRADO, Benedito; BERNARDES, Jefferson. Dispositivo legal como tecnologia de governo da vida: usos e efeitos da Lei Maria da Penha. In: SOUZA, Solange Jobim e; MORAES, Marcia. Tecnologias e modos de ser no contemporâneo. Rio de Janeiro: Editora PUC, 1 jan. 2010. P. 127-156.

MUSZKAT, M. E. Violências de gênero e paternidade. In: Arilha, M., Ridenti, S. G. U. & Medrado, B. (orgs.) *Homens e masculinidades: outras palavras*. São Paulo: ECOS, Ed. 34, p. 215233, 1998.

OKSALA, Johanna. Como ler Foucault. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.

VOCÊ É MAIS FORTE QUE O MEDO. Direção: . Produção: . Duração: 30 segundos. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=50Yk2AZAm40> >. Acesso em: 5 de maio de 2017.

SESC. Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado. Pesquisa se opinião pública. SÃO Paulo, agosto de 2011. Disponível em: < <http://www.apublica.org/wp->

content/uploads/2013/03/www.fpa.org.br/sites/default/files/pesquisaintegra.pdf>. Acesso em:
14 de novembro de 2015.

SILVEIRA, R. S., NARDI, H. C., & SPINDLER, G. Articulações entre gênero e raça/cor em situações de violência de gênero. *Psicologia & Sociedade*, 26(2), 323- 334, 2014.