
Violência de gênero e responsabilidade masculina: uma análise das campanhas da HeForShe¹

Maria Clara AQUINO²

Letícia ROSSA³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

Este artigo discute a responsabilidade masculina no enfrentamento à violência de gênero a partir de exemplos de campanha de violência contra a mulher da iniciativa global da Organização das Nações Unidas (ONU) HeforShe. Partimos de um debate teórico sobre a violência de gênero e a responsabilidade masculina enfatizando a conscientização como elemento impulsionador dessa responsabilidade. Ilustramos o debate através de uma análise exploratória de campanhas que visibilizam o problema tensionando o papel masculino a partir de argumentos capazes de questionar e educar a sociedade acerca da questão.

Palavras-chave: violência de gênero; responsabilidade masculina; HeforShe; campanhas; conscientização.

Introdução

O ano é 2021, mas as diferenças entre homens e mulheres ainda ultrapassam questões biológicas. Essas desigualdades se manifestam de diferentes formas em diferentes escalas na sociedade. Muitos direitos ainda são negados às mulheres (BIROLI, 2018) mesmo numa democracia, como é o caso do Brasil, e os desafios impostos perpassam questões culturais, sociais, políticas, econômicas e no atual contexto, de forma mais acentuada, também de saúde. Segundo dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública (2020), o agravamento da violência recente se deu pela dificuldade que as vítimas encontraram para fazer as denúncias, muito em função da necessidade de isolamento e distanciamento social, mas também pela falta de medidas de enfrentamento à violência doméstica, já que muitas dessas vítimas se encontraram mais confinadas com seus agressores durante o período de quarentena. (BUENO; LIMA, 2020).

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias de Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. E-mail: jaquino@unisinos.br.

³ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. E-mail: leticiaf.rossa@gmail.com.

Desde os primeiros debates sobre a violência de gênero e as formas de enfrentar o problema, no final dos anos 70 e início dos anos 80 (GREGORI, 1993), a mídia encampou a discussão de modo a informar a sociedade sobre os crimes. Em projeto de pesquisa sobre violência de gênero, temos discutido como a imprensa deixa de aprofundar as dimensões desta violência, problematizando o papel do jornalismo na ampliação do conhecimento sobre conceitos relacionados ao assunto⁴. Neste artigo, debatemos uma questão que desponta em nossas pesquisas: a responsabilidade sobre a violência contra a mulher. Sabe-se que a responsabilidade pela denúncia não é exclusiva da vítima, e que familiares, parentes e amigos podem, e devem, interferir em casos de violência doméstica. Além disso, as causas do problema também são diversas, de modo que a responsabilidade sobre as origens da violência contra a mulher é um tema que é bastante caro aos homens, considerando o peso que as relações de poder e a sociedade patriarcal baseada em padrões heteronormativos e machistas possui no desenrolar de casos de crimes e situações que assim se configuram.

Dessa forma, a partir de exemplos de campanhas de violência contra a mulher da HeforShe, campanha global da Organização das Nações Unidas (ONU), nosso objetivo é discutir aspectos sobre a violência de gênero que provocam a reflexão sobre responsabilidade do homem no enfrentamento a este tipo de violência. Queremos contribuir para os estudos sobre o assunto através de uma exposição teórica que discute a violência de gênero e a responsabilidade masculina, ilustrando o debate através de uma análise exploratória de campanhas que visibilizam o problema tensionando o papel masculino através de elementos capazes de educar a sociedade acerca da questão.

Violência de gênero: um breve debate sobre a responsabilidade masculina

Um estudo da Organização Mundial da Saúde de 2002⁵ aponta que os diferentes tipos de violação à integridade e à dignidade humana das mulheres podem ocorrer de maneira combinada. Em um dossiê que destaca como a violência de gênero é um dado de interesse público, ao mesmo tempo que desperta interesse do público, a Agência Patrícia

⁴ Em nossos estudos identificamos como a visibilidade de questões relacionadas às agressões e ataques contra mulheres é determinante para a amenização de problemas como a subnotificação de crimes como estupro e feminicídio, por exemplo. (AQUINO, 2021).

⁵ Fonte: <https://portaldeboaspraticas.iff.fiocruz.br/wp-content/uploads/2019/04/14142032-relatorio-mundial-sobre-violencia-e-saude.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2021.

Galvão (2014) sistematiza dados sobre violência doméstica e familiar, violência sexual, feminicídio, violência de gênero na internet, violência contra mulheres lésbicas, bi e trans e violência e racismo. Conceitualmente, a literatura tem diferentes designações para a violência contra a mulher. É pelas relações de poder e nas situações em que as condições de opressão condicionadas pelo gênero se configuram que a violência sofrida pelas mulheres pode ser determinada pelo fato de serem mulheres.

Violência de gênero é o conceito mais amplo, abrangendo vítimas como mulheres, crianças e adolescentes de ambos os sexos. No exercício da função patriarcal, os homens detêm o poder de determinar a conduta das categorias sociais nomeadas, recebendo autorização ou, pelo menos, tolerância da sociedade para punir o que se lhes apresenta como desvio. Ainda que não haja nenhuma tentativa, por parte das vítimas potenciais, de trilhar caminhos diversos do prescrito pelas normas sociais, a execução do projeto de dominação-exploração da categoria social homens exige que sua capacidade de mando seja auxiliada pela violência. Com efeito, a ideologia de gênero é insuficiente para garantir obediência das vítimas potenciais aos ditames do patriarca, tendo esta necessidade de fazer uso da violência. Nada, embora seja inusitado, que uma mulher pratique violência física contra seu marido/companheiro/namorado. As mulheres como categoria social não têm contudo, um projeto de dominação-exploração dos homens. E isto faz uma gigantesca diferença. (SAFFIOTI, 2001).

Ao estudar os aspectos da atuação feminista voltada para a prática de conscientização e apoio às vítimas de violência, Gregori (1993, p. 14-15) considera importante “[...] o confronto entre a visão feminista e as concepções das mulheres que sofrem violência”. Diante da diversidade de tendências no âmbito do movimento feminista, ela coloca como ponto em comum o intuito de “[...] eliminar os dispositivos de poder e autoridade que imperam sobre a mulher”. Nesse sentido, a prática de conscientização com as vítimas pode auxiliar no enfrentamento à violência, pois é através do entendimento dos problemas que sofrem pelo compartilhamento das experiências de vida, e sensibilizadas pelo feminismo, que as mulheres são mobilizadas. O sentimento de indignação que as faz compreender que elas não são culpadas pelas agressões, e que a responsabilidade pelas violências que sofrem é dos agressores, pode surgir, muitas vezes, através de práticas e processos pelos quais a conscientização é incentivada pela escuta de outros casos.

Em casos nos quais a misoginia leva à violência contra às mulheres, Forward e Torres (1991) analisam as interações que vão dos começos de relacionamentos românticos e apaixonantes aos momentos de angústia pelos quais passam as mulheres que

se envolvem com homens que odeiam suas mulheres. As terapeutas também analisam os homens que se comportam dessa maneira e porque as mulheres que, no início do convívio com os parceiros são confiantes sobre suas carreiras, aparências, atitudes entre outros aspectos de suas vidas pessoais e profissionais, após algum tempo passam a perder autoestima, a ter problemas físicos e psicológicos, com as carreiras, entre outras questões que chegam até a violência. Por que essas mulheres aprendem a aceitar o comportamento opressivo desses homens, que acabam por se transformar em seus agressores? Vários são os fatores. A misoginia, por exemplo, pode se manifestar de diversas maneiras, mas é pelo poder exercido pelo homem sobre a mulher que a violência é consumada.

Ainda há uma dificuldade, ou resistência, na articulação da responsabilidade sobre o problema da violência contra a mulher. E a questão é histórica. Angela Davis compara o sofrimento das mulheres negras que na era escravista, na mão dos senhores, além de sofrerem as mesmas agressões que os homens, sendo espancadas, mutiladas e açoitadas, ainda eram estupradas e violentadas sexualmente. (DAVIS, 2016). O domínio econômico era exercido pelos senhores das casas através do estupro, ao qual as vítimas, na condição de trabalhadoras, haviam de se submeter para sobreviver. A partir da categoria de discriminação racial fundamentada nas relações de poder, o racismo estrutural é decorrente da estrutura da sociedade que normaliza e toma como verdade padrões discriminatórios de raça. (ALMEIDA, 2018).

Em 2019, 66,6% das vítimas de feminicídio no Brasil eram negras. Este percentual revela uma maior vulnerabilidade das mulheres negras a este tipo de crime, uma vez que elas representavam apenas 52,4% da população feminina nos estados que compõem a base de microdados⁷. O Atlas da Violência 2020 já havia mostrado que, em 2018, a taxa de homicídio de mulheres negras foi quase o dobro da de mulheres não negras. A pesquisa também apontou tendências distintas na evolução dos homicídios de mulheres negras e não negras entre 2008 e 2018. De acordo com a publicação, enquanto a taxa de homicídio de mulheres não negras caiu 11,7% no período, a taxa entre as mulheres negras aumentou 12,4% (CERQUEIRA ET AL., 2019).

Dessa forma, uma outra questão a ser considerada quanto à responsabilidade sobre a violência diz respeito aos marcadores de raça, classe, sexualidade, entre outros que atravessam as situações. Essa interseccionalidade também é determinante, considerando a incidência de fatores como a transfobia, a lesbofobia, o racismo, entre outros crimes e discriminações envolvidos com a violência de gênero que atingem mulheres de destoa

de padrões heteronormativos e pautados por uma sociedade patriarcal. Quando trazemos para o texto a ideia de conscientização entre as próprias vítimas junto com o exemplo da misoginia que oprime as mulheres a ponto de desestruturar suas vidas, queremos provocar a discussão sobre a responsabilidade pela violência de gênero a partir do exercício de poder que é praticado entre agressor e vítima. Em casos de feminicídio, por exemplo, o Anuário de Segurança Pública de 2020 mostra que 58,9% dos crimes têm como local de ocorrência uma residência e que, em 89,9% das vezes o autor do crime é um companheiro ou ex-companheiro da vítima. Muitas dessas mulheres, por não terem condições de sustento sem a ajuda do companheiro, por medo de registrarem uma denúncia e sofrerem ainda mais agressões, mas também por falta de entendimento de que essa responsabilidade não é apenas delas, é que acabam morrendo.

As campanhas pela conscientização coletiva

O histórico da violência de gênero, como já dito, está diretamente relacionado com a visão estrutural de que as mulheres podem ser submetidas a relações de propriedade e subserviência de gênero. O silêncio das vítimas, incapacitadas de denunciar, pode levar às situações a fins trágicos. Por outro lado, o silêncio daqueles que fazem parte de sua convivência rotineira pode, muitas vezes, contribuir para a subnotificação dos casos, ao mesmo tempo em que deixam de ajudar a mulher em situação de vulnerabilidade.

Para além do empenho realizado pelo movimento feminista e suas diversas vertentes no enfrentamento à violência contra as mulheres, no Brasil, é nos anos 90 que há uma maior mobilização de campanhas de conscientização e prevenção. A partir de 2006, com a criação da Lei Maria da Penha⁶, intensificam-se essas campanhas que, segundo Lamego, Rangel-S e Ramos (2017, p. 89), são voltadas para o enfrentamento da violência contra as mulheres e se configuram como “[...] importantes ações de prevenção que devem ser realizadas pelas três instâncias de governo (município, estado e união)”. A legislação não se esgota na Lei Maria da Penha e é importante destacar o empenho de organizações feministas para a criação de outros aparatos jurídicos que hoje protegem as mulheres na justiça, entre eles a Lei do Feminicídio 13.104 de 2015⁷.

⁶ Fonte: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111340.html>. Acesso em: 16 jul. 2021.

⁷ Fonte: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113104.html>. Acesso em: 18 jul. 2021.

A veiculação de notícias sobre a violência que atinge as mulheres é recorrente na imprensa nacional e internacional, mostrando que o problema atinge todas as camadas sociais. Nesse sentido, as campanhas que visam expor o tema da violência de gênero servem como agentes sensibilizadores que não só expõem o problema, mas têm potencial de ensinar e ajudar as vítimas a pedir ajuda, fazendo com que percebam que seu cotidiano, refletido nas peças publicitárias, é o que pode acioná-las a buscar e encontrar a coragem para buscar auxílio. (COSTA, 2011). Um alerta importante é sobre a ausência de avaliações dos resultados das campanhas, que não são poucas. Embora nosso objetivo aqui não seja de quantificar ou qualificar o impacto das campanhas, a discussão perpassa por refletir sobre o papel que desempenham para a conscientização da sociedade sobre a responsabilidade da violência de gênero. A seguir descrevemos brevemente algumas dessas campanhas, problematizando como a responsabilização masculina é acionada em suas veiculações.

HeforShe: um convite à responsabilização de homens

O Brasil ocupava, em 2018, a posição de número 161 no Ranking de Presença Feminina no Poder Executivo - no que se refere a cargos de chefias em governo. (MARTINS, 2018). Um ano depois, o segmento empresarial sinaliza que este gargalo não se dá apenas no serviço público: em 2019, apenas 3% das lideranças privadas em empresas eram correspondentes a mulheres. (APENAS..., 2019). O contraste resulta, via de regra, na condição salarial que difere homens de mulheres. Ao que indica o IBGE, em 2019 era possível afirmar que mulheres receberam 77,7% dos vencimentos salariais de homens - e a desproporção é ainda mais expressiva em cargos de maiores rendimentos, como direção e gerência. (GUEDES, 2021). Ou seja: estes índices expõem que as violências e as distinções de gênero atingem não somente os corpos físicos, mas se refletem na ambição profissional e técnica de mulheres.

É ancorada nesta desigualdade secular que a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou, em 2014, um compromisso global visando uma defesa coletiva pela equidade de gênero: a campanha HeforShe. O movimento consiste em um esforço [...] “para envolver homens e meninos na remoção das barreiras sociais e culturais que impedem as mulheres de atingir seu potencial, e ajudar homens e mulheres a modelarem juntos uma nova sociedade”. (ONU..., [2021?]). Por meio de ações educativas e de

abordagens inclusivas, a ONU Mulheres tem como intenção reafirmar a igualdade de gênero enquanto fundamental para que homens e meninas se coloquem como parceiros de todos os direitos de mulheres e meninas. (ONU..., [2021?]). Em outras palavras, a HeforShe pretende engajar pessoas que se reconhecem como homens a rever seus possíveis comportamentos que estimulem a violência de gênero - e a ceder espaço para a fala, o talento e as iniciativas desempenhadas por mulheres.

A estratégia global do movimento é baseada em três princípios: Atenção: educação, sensibilização e conscientização; Argumentação: impacto através de políticas e planejamento; e Ação: captação de recursos e outras ações. A adesão à campanha pode ser efetuada gratuitamente, tanto por pessoas físicas quanto por empresas, órgãos institucionais e poderes públicos. Por meio da aderência ao movimento, a articulação da ONU Mulheres (VOLKART, 2019) corresponde a um convite à reflexão de atitudes individuais de homens e meninas que, como consequência, garantiria uma representativa evolução social.

Análise

A nossa análise é baseada nos materiais de campanha publicitária divulgados no *Instagram* da ElesporElas – HeforSheBrasil (@elesporelasheforshe), no *Twitter* (@heforshebrasil) e no *Facebook* (@ElesPorElasHeforShe)⁸. Escolhemos as contas brasileiras por já estudarmos o problema da violência de gênero no contexto de nosso país. O *Twitter* é a plataforma menos atualizada e com menos seguidores. Com apenas 414 seguidores, a conta não é atualizada desde 15 de janeiro de 2019. Dessa forma, optamos por trabalhar com publicações do *Facebook* e do *Instagram*, todas publicadas em ambas as plataformas, já que nosso objetivo não é analisar as características destes sites, mas o conteúdo das mensagens publicadas pela iniciativa.

Os conteúdos publicados, tanto no *Instagram* quanto no *Facebook* da ElesporElas são os mesmos. Em todas as publicações, *cards* representativos dos objetivos da iniciativa trazem mensagens relacionadas a igualdade de gênero, enfrentamento à violência contra mulheres e meninas, e combate ao racismo. Os conteúdos também trazem tópicos como questões de gênero e orientação sexual que vão além das mulheres, englobando pessoas

⁸ Os números foram coletados na segunda quinzena do mês de julho de 2021.

LGBT+ e posts sobre a necessidade de vacina para todos, diante do avanço da pandemia de Covid-19.

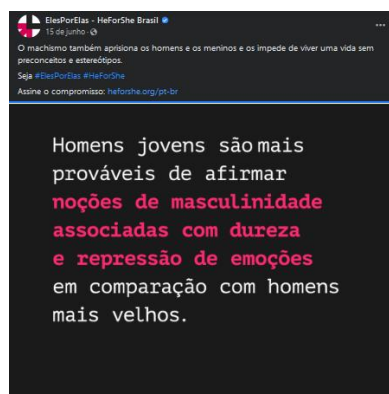
Em uma publicação do dia 20 de dezembro de 2020, no *Facebook*, um vídeo com o ator Anselmo Vasconcelos, inicia com o seguinte trecho, através de sua fala:

Ser homem, cá entre nós, é fácil. Vivemos em um mundo rodeado de privilégios. Para as dificuldades com os filhos, temos as mães. Para as oportunidades profissionais, temos a vantagem. Para os mesmos trabalhos, melhores salários. Mas, para lutar contra todas essas injustiças, será que temos a coragem?. (ELES POR ELAS – HE FOR SHE BRASIL, 2020).

O vídeo é uma convocação para que os homens, cujos direitos não são exclusivos, lutem junto com as mulheres. “Será que depois de tantos anos sendo parte do problema, nenhum de nós consegue ser parte da solução?” é uma pergunta feita pelo ator no vídeo, demonstrando a responsabilidade masculina pela desigualdade entre homens e mulheres. O ator convoca os homens a não só defender as mulheres em situações de violência, mas a enfrentar o problema a partir do entendimento de que são privilegiados há muito tempo e que chegou o momento de modificar essa situação, conferindo às mulheres os direitos que sempre foram delas.

Outra mensagem que aciona a responsabilidade masculina pela violência de gênero aparece em *card* publicado no *Facebook* e no *Instagram* da ElesporElas.

Figura 1 - *Card* no *Facebook* e *Instagram*



Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em *Facebook*.⁹

⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/ElesPorElasHeforShe/posts/1709993562518420>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

A frase tensiona o problema da educação sobre gênero. No Brasil, a questão é bastante controversa, diante do debate sobre a equivocada expressão “ideologia de gênero”. Miskolci e Campana (2017, p. 728) entendem a expressão como uma ferramenta político discursiva: “A luta contra a ‘ideologia de gênero’ é uma forma de resistência contra os recentes avanços que vêm se dando na América Latina em matéria de direitos sexuais e reprodutivos”. A necessidade de educação sobre gênero nas escolas, desde a infância, é levantada em publicidades como esta e mostra como uma educação que não reproduza estereótipos de gêneros, calcados no machismo estrutural (ALMEIDA, 2018) e nas noções de que o homem é individualmente superior e mais forte que a mulher, deve ser estimulada desde a infância. Essa questão da educação se repete em outras peças.

Em uma sequência de cards cuja frase principal é “Eliminar Estereótipos de Gênero”, o pano de fundo imagens busca desconstruir ideias já enraizadas na cultura ocidental.

Figura 2 - Cards no Instagram sobre estereótipos



Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em Instagram.¹⁰

A reiteração de que este combate à desigualdade de gênero deve ser vinculada a homens acontece, ainda, por meio de registros que trazem sujeitos públicos a fim de convocar o debate. Uma publicação do Instagram em 2 de julho de 2020 revela o

¹⁰ Disponível em: < https://www.instagram.com/p/CQa_ONhCHKW/>, <<https://www.instagram.com/p/CPINU4ZirLo/>>, <<https://www.instagram.com/p/COkplWXiDHC/>> e <<https://www.instagram.com/p/COaWWIiNRdW/>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

apresentador norte-americano Karamo Brown junto à frase: “Entender que **todos nós** temos um papel na luta pela igualdade de gênero”. Na legenda do *card*, a HeForShe descreve que meninos e homens têm o papel de lutar pela igualdade de gênero.

Figura 3 - Card de Karamo Brown no *Instagram*



Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em *Instagram*.¹¹

Ao acentuar a imagem de Karamo Brown, a campanha busca cativar o público por meio da identificação com a celebridade. Embora parte da população brasileira possa não conhecer a trajetória profissional do artista norte-americano, a fotografia de caráter simpático, com os tons de cor de rosa que remetem à HeforShe, criam um recurso que pode aproximar os seguidores do *Instagram* à causa que defende a campanha: a igualdade de gênero. Em outras palavras, as plataformas digitais e os meios de comunicação em geral aparecem como difusores de ações que, ao serem relacionados a personagens públicos, têm a sua potência realçada. (MAIA; AZEVEDO; PEREIRA, 2014). Assim, se cria um convite ao despertar masculino com a eficácia teoricamente comprovada por personalidades de representação pública. A partir da frase do apresentador norte-americano, se considera que há papéis a serem desempenhados por todos os sujeitos da

¹¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CCJ9EPoH4Yp/>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

sociedade no combate às desigualdades entre homens e mulheres. A desnaturalização das funções de gênero acontece, via de regra, por meio do conhecimento adquirido: portanto, quando HeforShe estimula a reflexão pública, pretende criar este pensamento coletivo sobre o que é ser homem e o que é ser mulher em todo o mundo. Deste modo, é aberta a observação sobre como as diferenças se transformam em desigualdades - em um problema que é cultural e comunitário.

Entre as distinções expostas para homens e mulheres estão as obrigações socialmente dirigidas a um grupo ou a outro. A expectativa quanto aos cuidados domésticos e à manutenção do lar é destinada a meninas e a mulheres. A partir deste viés a HeforShe publica em seu *Instagram*, no dia 25 de maio de 2020, uma postagem parte de uma ação promovida pela campanha em suas redes com a hashtag #ElesPorElasEmCasa, motivada pelo início da pandemia de Covid-19. Por meio da hashtag, a HeforShe convida homens a encaminharem suas fotografias realizando tarefas domésticas com a finalidade de promover a igualdade na divisão do trabalho cotidiano em todas as casas.

Figura 4 - Card no *Instagram* sobre faxina



Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em *Instagram*.¹²

¹² Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CAnK6bYH2X-/>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

A intenção da iniciativa é alertar para a execução de atividades do dia a dia que recaem, usualmente, para mulheres. Esta ação estimula a ruptura de uma desigualdade que pode ser considerada, também, como violência de gênero, uma vez que demanda esforços díspares de mulheres diante de uma situação especialmente anormal como a pandemia.

Ainda dentro da campanha #ElesPorElasEmCasa, a HeforShe publica em seu *Instagram* no dia 8 de maio de 2020 uma fotografia de um casal acompanhada da frase “Mobilizar outros homens pelo fim da violência contra as mulheres e meninas é tarefa de homem”. O discurso vai ao encontro dos conteúdos produzidos a partir da hashtag anteriormente mencionada - a fim de promover um debate sobre a tarefa do homem em casa, seja visando a divisão de atividades ou em ações impalpáveis como o combate às violências contra meninas e mulheres.

Figura 5 - Card no *Instagram* sobre responsabilidade



Fonte: Elaborado pelas autoras, com base em *Instagram*.¹³

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B_7ww4HnEy8/>. Acesso em: 25 jul. 2021.

Nesta publicação, a HeforShe trata especificamente do objetivo global da campanha mobilizada pela ONU Mulheres: responsabilizar meninos e homens sobre a reflexão acerca das múltiplas formas de violência de gênero - em especial, dentro de casa. Isto é, todas as postagens da campanha #ElesporElasEmCasa estimulam a quebra de um padrão cultural que coloca mulheres como passíveis de violência e como as encarregadas oficiais do trabalho doméstico. Parece necessário assinalar, contudo, que este tópico traz ao debate não só o modelo de “ser mulher” - mas também a referência do que é ser homem e de todas as expectativas e todos os comportamentos relacionados a meninos desde o seu nascer. Aqueles que não se enquadram, que questionam, que não agridem e que não tomam como regra as formas de masculinidade hegemônica também são considerados diferentes. Ou seja, eles também estão inseridos nessa lógica de poder em que hierarquicamente um modelo é superior ao outro. (LOURO, 1997). Não basta ser homem, portanto, para estar no topo da relação de poder: é necessário agir conforme um quadro pré-determinado de postura, de sentimentos, de escolhas.

Considerações finais

Falar sobre violência de gênero no Brasil é cada vez mais urgente, como mostram os números de diferentes relatórios de pesquisa e mais recentemente diante do agravamento causado pelo avanço da pandemia de Covid-19. As formas com que as campanhas da HeforShe buscam mobilizar os homens sobre a responsabilidade que devem assumir são exemplos que pinçamos para discutir a premência de incluí-los no enfrentamento ao problema. As abordagens trazem apontamentos sobre o privilégio de ser homem em uma sociedade onde a desigualdade de gênero ainda é um imperativo. É notável o esforço que a iniciativa faz de articular diferentes perspectivas que problematizam as origens da violência contra as mulheres. Dessa forma, a reflexão que cada imagem e cada frase contida nas campanhas aciona tem o potencial de despertar a conscientização para aspectos como a educação de meninos ou a atenção para a perpetuação de estereótipos que começam a ser reproduzidos dentro de casa, por exemplo.

A diversificação dos conteúdos é um aspecto que desponta nesta análise, embora seja importante destacar a falta de engajamento nas publicações. Ainda que não tenha sido um ponto de atenção de nossa análise, percebemos o quanto a falta de conversação é latente, tanto no *Instagram* quanto no *Facebook*. As curtidas são mais frequentes nas

duas plataformas, mas não há qualquer avanço no debate, seja entre os seguidores das contas, seja entre estes e os administradores. Nesse sentido há uma perda significativa, pois visto que a iniciativa é global cuja adesão pode ser feita de modo individual e gratuito, as potencialidades dessas plataformas acabam sendo pouco exploradas.

Referências

AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO. **Dossiê Violência contra as Mulheres**. 2014. Disponível em: <<https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/violencia/o-dossie/>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

ALMEIDA, Silvio Luiz. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

APENAS 3% das mulheres no Brasil ocupam cargos de liderança, aponta pesquisa. **Estado de Minas**, São Paulo, 12 jul. 2019. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/07/12/internas_economia,1069103/apenas-3-mulheres-brasil-ocupam-cargos-de-lideranca-aponta-pesquisa.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2021.

AQUINO, Maria Clara. Violência de Gênero e Violência Sexual em Abordagens Jornalísticas para Ampliação do Conhecimento. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 18, p. 133-147, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/75246>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

BUENO, S.; LIMA, R.S. **Anuário de Segurança Pública**. FBSP: Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <<https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2020/10/anuario-14-2020-v1-interativo.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

BIROLI, F. **Gênero e Desigualdades: limites da democracia no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018.

CERQUEIRA, D.; BUENO, S.; LIMA, R.S.; NEME, C.; FERREIRA, H.; ALVES, P.; MARQUES, D.; REIS, M.; CYPRIANO, O.; SOBRAL, I.; PACHECO, D.; LINS, G.; ARMSTRONG, K. **Atlas da Violência**. Ipea e FBSP: Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2019.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2021.

COSTA, Leonor Matos. **Fatores de sucesso na publicidade contra a violência doméstica**. 2011. Tese (Mestrado em Publicidade e Marketing) - Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa. Disponível: <<https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/202>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

ELES POR ELAS – HE FOR SHE BRASIL. [Vídeo de Anselmo Vasconcelos]. [S.l.], 28 dez. 2020. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ElesPorElasHeforShe/posts/1596830130501431>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

FORWARD, Susan; TORRES, Joan. **Homens que odeiam suas mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1989.

GUEDES, Mylena. Mulheres ganham 77,7% do salário dos homens no Brasil, diz IBGE. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, 4 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/03/04/mulheres-ganham-77-7-dos-salarios-dos-homens-no-brasil-diz-ibge>>. Acesso em: 19 jun. 2021.

GREGORI, Maria Filomena. **Cenas e queixas**: um estudo sobre mulheres, relações violentas e a prática feminista. São Paulo: Paz & Terra, 1993.

LAMEGO, Gabriela; RANGEL-S, Maria Lígia; RAMOS, Natália. Sentidos da violência e gênero em materiais de campanhas brasileiras sobre a violência contra as mulheres. In: RANGEL-S, Maria Lígia; RAMOS, Natália. (Org.). **Comunicação e saúde**: perspectivas contemporâneas. Salvador: EDUFBA, 2017.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997.

MAIA, Aline; AZEVEDO, Marcella; PEREIRA, Cláudia. Celebidades do Passinho: mídia, visibilidade e reconhecimento dos jovens da periferia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1255-1.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2021.

MARTINS, Helena. Brasil ocupa 161º lugar em ranking da presença de mulheres no Poder Executivo. **Agência Brasil**, Brasília, 28 mar. 2018. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-03/brasil-ocupa-161deg-lugar-em-ranking-da-presenca-das-mulheres-no-poder>>. Acesso em: 19 jun. 2021.

MISKOLCI, Richard; CAMPANA, Maximiliano. “Ideologia de gênero”: notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo. **Revista Sociedade e Estado**, v. 32, n. 3, set./dez. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v32n3/0102-6992-se-32-03-725.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

ONU MULHERES BRASIL. **ElesporElas**. [S.l.], [2021?]. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/elsesporElas/>>. Acesso em: 19 jun. 2021.

VOLKART, Ana Caroline Czerner. **Igualdade de gênero, urgência humanitária e gestão da vida**: a capitalização delas por eles na HeforShe. 2019. 139 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215466>>. Acesso em: 19 jun. 2021.