
Violência Contra Mulher: Um Olhar Publicitário A Partir dos Trabalhos Desenvolvidos Pelo Creas de Pato Branco (PR)¹

Edriane MACIEL²
Dayanne do NASCIMENTO³
Gisele TRESOLDI⁴
Lucas BELLO⁵
Gelson BARBOSA⁶
Jozieli CARDENAL⁷

Faculdade de Pato Branco (FADEP), Pato Branco, PR

Resumo

O presente trabalho tem como tema a violência contra a mulher e apresenta uma análise sobre o trabalho do Centro de Referência Especializado de Assistência Social - Creas de Pato Branco (PR), através do Grupo Maria Maria, que promove o acolhimento psicológico de mulheres em situação de violência. A análise aborda a perspectiva da produção publicitária audiovisual nas redes sociais, a fim de contribuir para tornar o trabalho do Grupo Maria Maria conhecido, sensibilizando a sociedade sobre o tema.

Palavras-chave

Mulher na Sociedade; Violência Contra Mulher; Comunicação; Publicidade e Propaganda; Vídeo Publicitário.

1 Introdução

A violência contra mulher é encarada como uma questão social e política existente na sociedade, que atrapalha o desenvolvimento social e econômico não só das vítimas, mas da sociedade como um todo (TERRA, 2017, p.05). Diante disso, observamos que há a necessidade de apoio psicológico às vítimas, para que seja possível

¹Trabalho apresentado na IJ04 - Comunicação Audiovisual do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

²Estudante do 7º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), e-mail: edri.maciell@gmail.com.

³Estudante do 7º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), e-mail: dayannedonascimento@hotmail.com

⁴Estudante do 7º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), e-mail: giseletres7@gmail.com

⁵Estudante do 7º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), e-mail: bello.lucas@hotmail.com

⁶Professor do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), e-mail: gelson@fadep.br.

⁷Professora do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), e-mail: jozieli@fadep.br.

resgatar a autoestima, devolvendo o convívio social de maneira a promover a inserção no mercado de trabalho e dando condições de empoderamento, para que a mulher deixe no passado a posição de “vítima” e passe a ser sua real proteção.

A partir desse entendimento, este estudo aborda o trabalho do grupo de apoio às mulheres em situação de violência “Maria Maria”, do Centro de Referência Especializado de Assistência Social (Creas) de Pato Branco, Paraná. Ao associar essa problemática à prática publicitária, nossa intenção é divulgar a existência do Grupo, tornando tais ações conhecidas, através de estratégias de comunicação voltadas para mídias sociais.

Ao atingirmos um leque maior de pessoas dentro da esfera de atendimento do Grupo, o foco é evidenciar o trabalho de resgate da autoestima dessas mulheres. Busca-se, portanto, abordar não somente o perfil de mulheres em situação de violência, mas também seu empoderamento, uma vez que esse é o objetivo dos trabalhos desenvolvidos pela entidade.

Ainda como forma de contextualizar o tema relacionado à violência contra mulher, através de referenciais teóricos, a seguir serão apresentados: o perfil da mulher em situação de violência; e uma análise sobre se as questões histórico-culturais na formação do perfil de um homem agressor, entre outros assuntos. Na sequência, com a finalidade de divulgar o Grupo Maria Maria, justifica-se a produção de um VT publicitário para redes sociais, mostrando como o papel da comunicação é fundamental para a divulgação de boas ações voltadas para o bem-estar da sociedade.

2 Justificativa

O que impulsionou a realização deste trabalho foi entender como mesmo com as políticas públicas de auxílio às mulheres em situação de violência, os números de casos de violência contra a mulher ao longo dos anos não tem diminuído em Pato Branco. Desta forma, buscou-se conhecer as ações existentes no município, chegando-se ao Grupo Maria Maria, do Creas de Pato Branco.

O Grupo Maria Maria⁸ foi criado no dia 13 de novembro de 2005, pela assistente social Marcia Antunes da Rocha, para desenvolver trabalhos de acolhimento

⁸As informações sobre o Grupo Maria Maria foram obtidas através de uma visita ao Creas, em 14 de agosto de 2017, pelos autores desta pesquisa, quando a responsável pela criação do Grupo, a assistente social Márcia Rocha, contou a história e o trabalho desenvolvido pelo grupo.

psicológico às mulheres em situação de violência e auxiliá-las a superar a violência moral, física, sexual e patrimonial. Em alguns casos, estendendo o acolhimento também aos próprios maridos ou companheiros, a fim de estruturar a família.

O trabalho do Grupo Maria Maria busca promover a autoestima, o empoderamento, o fortalecimento e o conhecimento dos direitos jurídicos das mulheres. Para isso, são realizados encontros semanais, onde são desenvolvidas atividades como: oficinas de autoestima e acompanhamento com psicóloga, assistente social e área jurídica, bem como, com profissionais de outras áreas, que visitam o grupo esporadicamente.

Como o objetivo do Grupo é empoderar e fortalecer a mulher vítima de violência, nesse processo algumas delas acabam se separando do agressor, mas nos casos em que há possibilidade, o homem adere às terapias e a psicóloga trabalha com o casal fortalecendo o núcleo familiar. No entanto, quando os profissionais do Creas percebem que a situação em que a mulher se encontra traz risco à sua vida, ela é encaminhada para a delegacia, onde é realizado o boletim de ocorrência e pedido o afastamento dela do lar.

Atualmente, participam do Grupo Maria Maria cerca de 35 mulheres, encaminhadas pela Delegacia da Mulher, Secretarias de Assistência Social e Saúde, Núcleos de Apoio à Saúde da Família (NASF), Centro de Referência de Assistência Social (Cras), escolas e demanda livre.

Desde que o Grupo foi criado, aproximadamente 100 mulheres foram atendidas. Um número pequeno, se comparado à quantidade de vítimas que já passaram pela Delegacia da Mulher entre os anos 2007 a agosto de 2017. De acordo com o SDP (2017) mais de 4 mil casos de violência contra mulheres foram registrados nesse período. O que mostra a lacuna que há entre as ações do projeto do CREAS e o conhecimento das mesmas pela população pato-branquense.

Por isso, este trabalho, além estudar as ações desenvolvidas pelo Creas, busca tornar estas ações conhecidas, através de estratégias de comunicação audiovisuais voltadas para as mídias sociais.

3 Aspectos sobre a mulher em situação de violência

3.1 Tipos de violência contra a mulher a partir da Lei Maria da Penha

Pode ser um soco, um chute, um beliscão, um tiro, ou mesmo um simples empurrão, todas são formas de violência física contra a mulher. No entanto, não é somente a agressão física que se caracteriza como violência contra a mulher, apesar de essa ser uma das principais, ou talvez a mais conhecida por ser a que mais impulsiona a realização do registro de ocorrência nas delegacias.

Quando se fala em violência contra a mulher, para muitas pessoas o primeiro pensamento que vem é violência física. Contudo, segundo a Lei Maria da Penha (2006), existem pelo menos mais quatro tipos de violência que podem ser cometidas contra a mulher: violência patrimonial, violência sexual, violência moral e violência psicológica, as quais podem ocorrer na família, no trabalho, na sociedade ou nas instituições do Estado.

A Lei Maria da Penha foi criada em 2006 e representa um marco na mudança da legislação brasileira em prol dos direitos da mulher e no enfrentamento da violência contra a mulher no Brasil, sendo além disso, reconhecida pelas Organizações das Nações Unidas - ONU como uma das três melhores legislações do mundo no enfrentamento à violência de gênero.

Vejamos a seguir o que caracteriza cada um dos tipos de violência contra a mulher, detalhados Brasil (2006, p. 16):

I - a violência física, entendida como qualquer conduta que ofenda sua integridade ou saúde corporal;

II - a violência psicológica, entendida como qualquer conduta que lhe cause dano emocional e diminuição da autoestima 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;

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;

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;
V - a violência moral, entendida como qualquer conduta que configure calúnia, difamação ou injúria.

Além da Lei Maria da Penha Brasil (2006), em sua editoria sobre Justiça e Cidadania apresenta algumas formas de agressão, consideradas violência contra a mulher no Brasil que também são importantes serem acrescentadas no presente trabalho:

- 1: Humilhar, xingar e diminuir a autoestima: Agressões como humilhação, desvalorização moral ou deboche público em relação a mulher constam como tipos de violência emocional.
- 2: Tirar a liberdade de crença: Um homem não pode restringir a ação, a decisão ou a crença de uma mulher. Isso também é considerado como uma forma de violência psicológica.
- 3: Fazer a mulher achar que está ficando louca: Há inclusive um nome para isso: o gaslighting. Uma forma de abuso mental que consiste em distorcer os fatos e omitir situações para deixar a vítima em dúvida sobre a sua memória e sanidade.
- 4: Controlar e oprimir a mulher: Aqui o que conta é o comportamento obsessivo do homem sobre a mulher, como querer controlar o que ela faz, não deixá-la sair, isolar sua família e amigos ou procurar mensagens no celular ou e-mail.
- 5: Expor a vida íntima: Falar sobre a vida do casal para outros é considerado uma forma de violência moral, como por exemplo vazar fotos íntimas nas redes sociais como forma de vingança.
- 6: Atirar objetos, sacudir e apertar os braços: Nem toda violência física é o espancamento. São considerados também como abuso físico a tentativa de arremessar objetos, com a intenção de machucar, sacudir e segurar com força uma mulher.
- 7: Forçar atos sexuais desconfortáveis: Não é só forçar o sexo que consta como violência sexual. Obrigar a mulher a fazer atos sexuais que causam desconforto ou repulsa, como a realização de fetiches, também é violência.
- 8: Impedir a mulher de prevenir a gravidez ou obrigá-la a abortar: O ato de impedir uma mulher de usar métodos contraceptivos, como a pílula do dia seguinte ou o anticoncepcional, é considerado uma prática da violência sexual. Da mesma forma, obrigar uma mulher a abortar também é outra forma de abuso.
- 9: Controlar o dinheiro ou reter documentos: Se o homem tenta controlar, guardar ou retirar o dinheiro de uma mulher contra a sua vontade, assim como guardar documentos pessoais da mulher, isso é considerado uma forma de violência patrimonial.
- 10: Quebrar objetos da mulher: Outra forma de violência ao patrimônio da mulher é causar danos de propósito a objetos dela, ou objetos que ela goste.

Em 1994 realizou-se, na cidade de Belém, no Estado do Pará, um evento chamado de Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência Contra a Mulher, a "Convenção de Belém do Pará", da qual criou-se o documento de mesmo nome, em que em seu Capítulo I: Definição e âmbito de Aplicação apresenta-se o seguinte entendimento sobre violência contra mulher “[...] 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” [...].

O mesmo documento ainda classifica a violência contra a mulher em três categorias de ordem sexual e psicológica:

1. que tenha ocorrido dentro da família ou unidade doméstica ou em qualquer outra relação interpessoal, em que o agressor conviva ou haja convivido no mesmo domicílio que a mulher e que compreende, entre outros, estupro, violação, maus-tratos e abuso sexual;
2. que tenha ocorrido na comunidade e seja perpetrada por qualquer pessoa e que compreende, entre outros, violação, abuso sexual, tortura, maus tratos de pessoas, tráfico de mulheres, prostituição forçada, sequestro e assédio sexual no lugar de trabalho, bem como em instituições educacionais, estabelecimentos de saúde ou qualquer outro lugar, e
3. que seja perpetrada ou tolerada pelo Estado ou seus agentes, onde quer que ocorra. (BRASIL, p. 02-03).

A partir das informações apresentadas acima, percebe-se que a violência contra a mulher pode ser cometida de várias formas, algumas mais fáceis de serem percebidas, outras mais camufladas, como as que envolvem a parte moral e psicológica das vítimas. Os locais em que elas acontecem também não se limitam ao seio familiar. Muitas vezes o ato de violência pode ser praticado no ambiente de trabalho, na rua, na casa de amigos, e também em locais como hospitais, escolas, e aqueles de domínio do Estado que deveriam garantir a segurança e integridade física e psicológica, como as prisões.

3.2 Perfil da mulher em situação de violência

Em seu livro “O Segundo Sexo”, Simone de Beauvoir (1967), diz que ao libertar a mulher do “eterno feminino”, libertar-se-á também o homem, pois ambos não se reconhecem como semelhantes. Há outros fatores a serem considerados agravantes, como: a pobreza, a desigualdade social, etnia, raça, assim colocado pela Onu Mulheres (2017, p. 08), na publicação: “O progresso das mulheres no Brasil 2003–2010”. Isso foi confirmado pela Assistente Social Márcia Antunes da Rocha⁹, que a partir da sua vivência com mulheres em situação de violência, através do Grupo Maria Maria, relatou que em inúmeros casos atendidos pelo Grupo, muitas das vezes mulheres retiram a queixa da violência sofrida de seus companheiros, por serem eles os mantenedores do lar, ou seja, eles são a fonte de renda. Sendo assim, são vistos por elas como seu “porto

⁹ Entrevista realizada no Creas de Pato Branco, em 14 de agosto de 2017

seguro”, uma ironia fatal. Mulheres em situação de violência são em sua maioria as com renda mais baixa, de acordo com Sampaio e Aquino (2013. Ibid., p.125, Ibid., p.128).

Após abordar a situação da mulher em condições de violência, com base em estudos de cunho social, é preciso entrar na esfera da psicologia, quando mulheres de posição social mais elevada e grau de instrução de nível superior, vivem em situação de violência, por uma questão de dependência emocional. Muitas vezes, mulheres com esse perfil se submetem a situações de violência por medo da solidão, como aponta Souza e Cassab (2010, p. 04-05), baseando-se em relatos de mulheres que viveram situação de violência psicológica, e suas “feridas que não curam”, que, ao contrário da lesão física, o dano psicológico fica para sempre.

3.3 Como as questões histórico-culturais são observadas na formação do perfil de um homem agressor

Desde 1916, quando o Código Civil Brasileiro surgiu até os dias de hoje, as mulheres foram ganhando espaço e conquistando novos territórios. Quase 50 anos depois das mulheres terem conquistado o mercado de trabalho, ainda são questionadas sobre como se portar ou como devem pedir permissão aos parceiros para sair, e assim como as mulheres, os homens são condicionados a exigirem respeito de qualquer forma, a “cuidar do que é seu”, condicionados a subtrair as mulheres a objetos porque a sociedade também os julga se forem românticos ou apegados. E como já mencionou em sua obra Beauvoir (1969, p. 21): “Mas é um erro pretender que se trata de um dado biológico: na verdade, é um destino que lhe é imposto por seus educadores e pela sociedade”.

Quando o menino começa a se desenvolver, logo começa a ter interesse em jogos e brincadeiras, Friedrich A. Froebel (2001) escreveu em seu livro “A educação do homem”, que os jogos dessa idade são “*germes de toda a vida futura*”, pois ele acredita que a partir desse momento há o desenvolvimento da personalidade do menino como um todo (FROEBEL, 2001, p.47-48). Partindo deste trecho podemos perceber o quanto as ações dos pais influenciam na vida da criança.

A dominação masculina é algo que não tem um padrão universal, não é algo fechado, e sim há variações na maneira em que o poder patriarcal é instituído e se torna legítimo, e também nas reações e resistências que a mulher assume nos diferentes contextos.

3.4 O papel dos grupos de apoio a fim de resgatar a autoestima da mulher em situação de violência

Em pesquisas feitas a partir de oficinas de autoestima, na área da saúde, retratado no artigo Vianna (et al, 2006), indicam que a baixa autoestima é a chave que abre portas para a mulher entrar em uma vida em situação de violência, como elas mesmas retratam no artigo citado “[...]situações de exclusão, abandono e privação[...].” (VIANNA, et al, 2006, p.02), onde essas mulheres são ameaçadas por companheiros da relação, tendo aí o desencadeamento de uma vida sem qualidade e cheia de consequências que causam sequelas nas suas vidas sociais.

Lesões psicológicas fundamentam os trabalhos desenvolvidos por profissionais de grupos de apoio a vítimas de violência ou em situação dela, pessoas preparadas para ter um entendimento da situação vivida por essas mulheres, mapeando as causas, auxiliando no processo de livramento de traumas e evitando consequências futuras. Como visto na fala da assistente social do Creas de Pato Branco, Marcia Antunes da Rocha à repórter Cristina Vargas do Jornal Diário do Sudoeste, publicado em sua versão online:

O objetivo do grupo é proporcionar às mulheres um espaço de acolhimento, escuta, troca de vivência e orientações, queremos despertar nelas os seres de direitos que elas são, fortalecendo a autoestima e a autoconfiança, no intuito de formar mulheres mais seguras em suas tomadas de decisões. (ROCHA, *apud*, VARGAS, 2015)

Ações como o Grupo Maria Maria vem para evitar ou resgatar mulheres de estado de degradação social, por trás de mulheres assim, existem crianças em idade escolar, adolescente em fase de transição social, o que afeta diretamente a sociedade como um todo, assim pensamos, pois entendemos enquanto sociedade, que essas mulheres são gestoras das suas famílias.

4 A Internet como canal de divulgação do projeto Maria Maria: emoção e empoderamento feminino a partir do vídeo publicitário

A Internet já motivou inúmeras modificações dos costumes e hábitos das pessoas, Sousa (2013, p.05), diz que as mudanças de atitudes geradas pela imersão digital têm relação direta com os relacionamentos sociais, assim como também com o

comércio de novas formas. Para Pedott (2001) o grande aumento no número de usuários na web também aumentou sua relevância comercial:

[...] a Internet passou de um status de “gueto” cultural para um estado de efetivo meio de comunicação de massa [...] ampliação do alcance da Internet fez surgir algumas oportunidade antes inexistentes. (PEDOTT, 2001, p.13)

A partir daí, entende-se que uma forma de levar a sociedade o conhecimento da existência de grupos de apoio, seria a realização de um VT para redes sociais, como Facebook, Instagram e Youtube. Nesse, poderia ser representada a força da mulher, que através do seu trabalho, se ergue perante as dificuldades da vida, criam seus filhos e se empoderam, realizando diferentes funções não somente de trabalho como de lazer.

Uma vez que a grande massa da população se encontra conectada, desde o público feminino quanto o masculino, indo de encontro as diferentes classes sociais, sendo que o foco é falar com mulheres de todas as classes, pois a violência não faz distinção a poder financeiro, com isso tornar conhecido o nome dos grupos de apoio, despertando interesse por seus trabalhos e ações, além de despertar para um assunto tão delicado e recorrente da atualidade.

As ações desenvolvidas nos encontros do Grupo Maria Maria, têm como foco principal o resgate da autoestima da mulher. Em um VT publicitário para Internet, as cenas devem representar o empoderamento feminino, e seus lugares na sociedade como mulheres livres e capazes. A partir dessa observação, é necessário criar um roteiro mostrando as atividades de trabalho, lazer e escolhas, que as libertam das dificuldades e preconceitos.

Coragem, paixão, força, delicadeza, palavras que caracterizam a mulher e são explicitadas nas suas escolha de atividades desenvolvidas, podendo serem representadas dentro de um formato clipe, mesmo que adequada a internet. O clipe deve trazer a expressão de movimento, sabemos que mulheres desenvolvem várias atividades ao mesmo tempo, uma música de letra marcante que instiga sentimentos de força, poder, coragem, condizente com o conceito do clipe, intencionalmente cantada por vozes femininas.

O vídeo proposto não traria cenas de mulheres machucadas ou sendo agredidas por uma figura masculina. Como a finalidade do material é mostrar como a mulher em situação de violência pode ficar depois de ser acolhida pelo Grupo Maria Maria, deve-se priorizar por mostrar mulheres com perfis diferentes, desenvolvendo funções no mercado de trabalho. Assim, a linguagem publicitária audiovisual deve explorar a

perspectiva da mulher empoderada, protagonista em diferentes esferas sociais: na sua profissão, na condução e sustento da sua família, sem a necessidade de se submeter a um marido que a maltrate e a agrida.

Considerações Finais

Ao chegar ao final deste estudo, percebeu-se que a violência contra a mulher não é algo pertencente exclusivamente à sociedade moderna. Ela está na vida das mulheres e de suas famílias há muitos anos, pois trata-se de um problema histórico e cultural. No entanto, o que diferencia, é que a sociedade de hoje já não quer mais fechar os olhos para o sofrimento da mulher que é vítima de violência e tem criado medidas para que essas mulheres sejam acolhidas e tenham a chance de ter uma vida mais digna.

Uma dessas ações, e que se tornou o centro deste estudo, é o trabalho desenvolvido pelo Creas de Pato Branco, através do Grupo Maria Maria, que realiza o trabalho de acolhimento psicológico de mulheres em situação de violência, através da promoção de ações que auxiliam às vítimas a superar a violência moral, física, sexual e patrimonial.

Desta forma, o baixo número de atendimentos prestados pelo Grupo Maria Maria foi o que chamou nossa atenção e motivou o desenvolvimento deste trabalho, que identificou como problema o fato de que o Grupo não é conhecido pela população pato-branquense e que talvez, por isso, apesar de tantas mulheres hoje estarem em situação de violência no município, poucas são acolhidas pelo projeto.

Sendo assim, após analisarmos o trabalho que o Grupo Maria Maria desenvolve com as mulheres e realizarmos a presente pesquisa teórico-científica, na tentativa de pontuar aspectos do perfil da mulher em situação de violência – em que abordamos, ainda, a formação do perfil de um agressor, a dominação masculina e o papel dos grupos de apoio – conclui-se que uma forma de tornar as ações do Grupo mais efetiva seria o desenvolvimento de um material audiovisual para ajudar na divulgação do mesmo. Ao ser inserido nas redes sociais, o material poderá ser acessado pelas mais variadas classes sociais, sensibilizando o público-alvo: as mulheres em situação de violência doméstica.

Assim, conclui-se que após toda a pesquisa realizada a produção de um VT publicitário para Internet, para a divulgação nas redes sociais, poderia tornar mais

conhecido o trabalho de grupos de apoio como o Grupo Maria Maria do Creas de Pato Branco (PR), permitindo que mais mulheres, que ainda vivem em situação de violência, tenham a chance de chegar até o Grupo e ter uma vida melhor e mais feliz. Eis, portanto, a publicidade cumprindo o seu papel social.

Referências bibliográficas

BARSTED, L.L. PITANGUY, J. **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010**. Publicação ONU Mulheres. Cepia. Rio de Janeiro, outubro de 2011.

BEAUVOIR, S. **Segundo Sexo**. Ed. Difusão européia do livro. São Paulo – SP. 1967.

BRASIL. Constituição (2006). **Lei Nº 11.340, de 7 de Agosto de 2006 nº 11.340**. Título II. Seção 2, p. 16-16. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111340.htm>. Acesso em: 03 set. 2017

Convenção Interamericana Para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência Contra a Mulher, “Convenção De Belém Do Pará”. Disponível em: <http://www.cidh.org/basicos/portugues/m.belem.do.para.htm>. Acessado: 03 set. 2017.

FROEBEL, F. **A Educação do homem**. Ed. Universidade de Passo Fundo, 2001.

PEDOTT, P. R. **Publicidade na Internet: A Internet como ferramenta de comunicação de marketing**. 2001. 89 p. Dissertação (Pós-graduação em administração)- UFRGS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, [S.l.], 2001. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2135/000314693.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 set. 2017.

ROCHA, M. **“Maria, Maria” vai fortalecer rede de apoio às mulheres vítimas de violência**. Disponível em: <https://www.diariodosudoeste.com.br/noticia/maria-maria-vai-fortalecer-rede-de-apoio-as-mulheres-vitimas-de-violencia>. Acesso em: 20 out. 2017.

SAMPAIO, R. O. AQUINO, G. B. **Perfil das mulheres vítimas de violência doméstica de uma cidade do interior da Zona da Mata Mineira**. 2013. Artigo (Curso Psicologia) - Faculdade de Minas (Faminas), Muriaé, Minas Gerais.

SDP, 5ª Subdivisão do Departamento Policial de Pato Branco – 5ª. **Dados sobre o registro de casos de violência contra mulheres entre o período de 2007 a agosto de 2017**. [mensagem pessoal] Mensagem recebida por: dayannedonascimento@hotmail.com em: 19 out. 2017.

SOUSA, V. G. **Publicidade na internet: redes sociais e a utilização do facebook como ferramenta publicitária. O case netshoes**. 2013. 78 p. Monografia

(Comunicação Social – Publicidade e Propaganda)- UNISUL, Universidade do Sul de Santa Catarina, [S.l.], 2013. Disponível em: https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/1923/111961_Vanio.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 19 set. 2017.

SOUZA, H. L. CASSAB, L. A. **Feridas que não se curam: A violência psicológica cometida à mulher pelo companheiro.** Universidade Estadual de Londrina - PR. 2010. Disponível em: www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/5.HugoLeonardo.pdf. Acesso em: 14 de setembro de 2017.

TERRA, M. F. **Gênero e direitos humanos na assistência às mulheres em situação de violência doméstica de gênero na Atenção Primária à Saúde.** Tese (Doutorado em Ciências) – Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. São Paulo, p.5. 2017.

VIANNA. L. A. C. Et al. **Autoestima de mulheres que sofreram violência.** Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rlae/article/viewFile/2350/2523/>>. Acesso em: 29 de agosto de 2017.