

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

ANA CAROLINA CARVALHO DE NILTON

**A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA COMO INSTRUMENTO DE
VISIBILIDADE PARA A CARREIRA DE HOMENS AGRESSORES**
uma análise sobre o caso DJ Ivis versus Pâmella Holanda

São Paulo
2022

ANA CAROLINA CARVALHO DE NILTON

**A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA COMO INSTRUMENTO DE
VISIBILIDADE PARA A CARREIRA DE HOMENS AGRESSORES**

uma análise sobre o caso DJ Ivis versus Pâmella Holanda

Versão original

Monografia de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Alberto Farias

São Paulo

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Nilton, Ana Carolina Carvalho de
A espetacularização da violência como instrumento de
visibilidade para a carreira de homens agressores: Uma
análise sobre o caso DJ Ivis versus Pâmella Holanda / Ana
Carolina Carvalho de Nilton; orientador, Luiz Alberto
Farias. - São Paulo, 2022.
79 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo /
Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São
Paulo.
Bibliografia

1. Violência. 2. Gênero. 3. Meios de comunicação. 4.
Informação. I. Farias, Luiz Alberto. II. Título.

659.2 CDD 21.ed. -

NILTON, Ana Carolina Carvalho de. **A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA COMO INSTRUMENTO DE VISIBILIDADE PARA A CARREIRA DE HOMENS AGRESSORES**: uma análise sobre o caso DJ Ivis versus Pâmella Holanda. 2022. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

Aprovada em:

Banca Examinadora

Prof(a). Dr(a). _____
Instituição _____
Julgamento _____

Prof(a). Dr(a). _____
Instituição _____
Julgamento _____

Prof(a). Dr(a). _____
Instituição _____
Julgamento _____

AGRADECIMENTOS

A Deus, por abençoar e iluminar minha vida, me dando forças e saúde para realizar todos os meus sonhos e lutar diariamente pelo o que acredito.

Às minhas avós, Ana Maria e Isabel, que apesar de eu não ter tido a honra de conhecê-las, são as minhas maiores fontes de inspiração e amor.

Aos meus pais, José e Maria, que abriram mão de tantas coisas para que eu pudesse conquistar o mundo e que sonharam com esse diploma junto comigo.

Ao meu irmão, Carlos Eduardo, que é o cara mais engraçado que eu conheço, por torcer por mim, mesmo quando eu tenho dificuldades de acreditar. E ao meu sobrinho Miguel por manter a chama da esperança acesa em meu coração.

Às mulheres que fazem parte da minha vida, em especial minhas tias Simone, Dalva, Maria e Marinez, minhas primas Bruna, Tereza, Beatriz e Gleice, minhas amigas Valesca, Jadrine, Nívia, Carol Paixão, Gabriela Andrade, Isla, Rita, Bárbara e Leila. Obrigada por serem símbolo de amor, respeito e verdade.

Ao meu namorado, Enzo, por me apoiar incondicionalmente e por respeitar o meu silêncio sobre esse trabalho. Não posso prever o futuro, mas, nesse instante, sou muito feliz por ter você como o meu parceiro.

Aos pequenos gênios que chamo de amigos: Ingrid, André, Rodrigo e Renato. Obrigada por todos os encontros anuais de fofoca. Eu admiro e amo vocês.

Aos meus amigos, João Pedro e Saulo, por me ajudarem mesmo quando eu não sabia como pedir ajuda. Ainda bem que a gente tem a gente!

Aos meus professores, em especial, Alzira, Alaíde e Paulo Rogério, que me alcançaram e me transformaram através da educação, me guiando para que eu pudesse conquistar o meu lugar na maior universidade do país.

Ao professor Luiz Alberto, pela disposição e paciência para embarcar nas minhas ideias. E à prof. Valéria, que viu o nascimento desse projeto.

À USP e à ECA, por mudarem minha vida para sempre. Por ser o lugar onde eu me permiti ser eu mesma, gargalhando, gritando e dançando pelos corredores. Por me presentear com experiências e amizades que eu carrego em meu coração com tanto amor: Amanda Tiemi, Catarina Moreto, Carolina Carmona, Mariana Fraga, o grupo "Os Cansados" e tantos outros que me acompanharam nessa aventura incrível. Até breve!

Maria da Vila Matilde

Cadê meu celular?

Eu vou ligar pro 180

Vou entregar teu nome

E explicar meu endereço

Aqui você não entra mais

Eu digo que não te conheço

E joga água fervendo

Se você se aventurar.

Elza Soares¹

¹ ELZA SOARES. Maria de Vila Matilde In: A Mulher do Fim do Mundo. São Paulo: Circus Produções Culturais & Fonográficas, 2015.

RESUMO

NILTON, Ana Carolina Carvalho de. **A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA COMO INSTRUMENTO DE VISIBILIDADE PARA A CARREIRA DE HOMENS AGRESSORES**: uma análise sobre o caso DJ Ivis versus Pâmella Holanda. 2022. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas) – Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

Este trabalho discute a questão da violência como objeto de entretenimento na sociedade midiática contemporânea. Num primeiro momento, apresentamos algumas das principais definições e explicações sobre a pluralidade do fenômeno da violência no cotidiano da vida humana, principalmente no que diz respeito à violência de gênero no Brasil. Em seguida, analisamos a potencialização da violência como um produto com amplo poder de venda no mercado da comunicação. Por fim, nos dedicamos a compreender o papel dos perfis informais de notícias, que utilizam da repercussão de episódios de violência de gênero entre as personalidades da mídia como estratégia de conteúdo, na manutenção da carreira de homens agressores, a partir do estudo de caso do término do relacionamento entre o DJ Ivis e a influenciadora digital Pâmella Holanda.

Palavras-chave: Violência. Gênero. Meios de Comunicação. Informação.

ABSTRACT

This monograph aims to discuss the violence as an object of entertainment in contemporary society. At first, it will be introduced some of the primary meanings and definitions about the plural phenomenon of violence in the daily routine of human life, especially when the subject is about gender violence in Brazil. Next, it will be analyzed as the enhancement of the violence as a product of a vast power of sale at the communication business. In the end, it was decided to discuss the role of the news generated by informal profiles on social networks, which use episodes of gender violence as a content strategy, in maintaining the career of male aggressors, through the case study about the end of a relationship between the DJ Ivis and the digital influencer Pâmella Holanda.

Keywords: Violence, Gender, Media, Information

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Story no perfil de Pâmella Holanda

Figura 2 - Story no perfil de Pâmella Holanda

Figura 3 - Buscas pelo termo 'DJ Ivis' entre os meses janeiro a abril de 2021

Figura 4 - Buscas pelo termo 'Pâmella Holanda' entre os meses de janeiro a abril de 2021

Figura 5 - Buscas pelo termo 'DJ Ivis' entre os meses de maio a julho de 2021

Figura 6 - Buscas pelo termo 'Pâmella Holanda' entre os meses de maio a julho de 2021

Figura 7 - Post no perfil Central da Fama sobre a denúncia de Pâmella Holanda

Figura 8 - Post no perfil Subcelebrities sobre a denúncia de Pâmella Holanda

Figura 9 - Post no perfil Keeping Up Project sobre a denúncia de Pâmella Holanda

Figura 10 - DJ Ivis se pronuncia em seu Instagram

Figura 11 - Número total de seguidores no perfil de DJ Ivis no Instagram

Figura 12 - Ganho mensal de seguidores no perfil de DJ Ivis no Instagram

Figura 13 - Ganho mensal de inscritos no canal 'DJ Ivis' no Youtube

Figura 14 - Ganho mensal de views no canal 'DJ Ivis' no Youtube

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 A VIOLÊNCIA NO COTIDIANO DA VIDA HUMANA	3
2.1 A RELAÇÃO ENTRE GÊNERO E VIOLÊNCIA	7
2.1.1 Considerações sobre a violência de gênero no Brasil	9
2.2 A VIOLÊNCIA COMO PRODUTO DE ENTRETENIMENTO MIDIÁTICO	12
3 A MIDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE NO NOVO MILÊNIO	17
3.1 A RELAÇÃO ENTRE OS USUÁRIOS E AS COMUNIDADES VIRTUAIS	22
3.2 OPINIÃO PÚBLICA NO CONTEXTO DAS REDES SOCIAIS	27
3.3 A EFEMERIDADE NA ERA DA CULTURA DIGITAL	32
4 A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA COMO FERRAMENTA DE VISIBILIDADE PARA A CARREIRA DE HOMENS AGRESSORES	37
4.1 ENTENDA O CASO DE PÂMELLA HOLANDA VS DJ IVIS	37
4.2 A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER COMO ESPETÁCULO DE CONSUMO	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS	63

1 INTRODUÇÃO

Uma série de fenômenos marcam o desenvolvimento da sociedade humana ao longo dos séculos. Sendo um deles, a violência. Em uma análise social, entende-se a violência como um elemento que atinge profundamente a estruturação das civilizações e a formação dos indivíduos, principalmente o que tange às relações sociais e, conseqüentemente, as relações de gênero. Neste último, a violência se apresenta como um instrumento de poder e controle de homens sob os corpos e as ações das mulheres.

Historicamente, a violência de gênero é tratada como um problema que deveria ser resolvido entre quatro paredes. Afinal, como diz o ditado, briga de marido e mulher, ninguém mete a colher, certo? Errado. Com o desenvolvimento de políticas públicas de proteção às vítimas de violência doméstica, que se sucedem graças ao fortalecimento das lutas do movimento feminista no Brasil, as mulheres brasileiras ganharam os instrumentos necessários para que tivessem segurança ao denunciar os seus agressores.

Mas, assim como todo fenômeno social que impacta o cotidiano dos indivíduos, a violência também foi transformada em um produto de entretenimento pela lógica capitalista. Neste contexto, a violência se converte em empreendimento financeiro, ao mesmo tempo em que os meios de comunicação, que agem na criação de necessidades de informação e definição de temas relevantes para a sociedade, produzem conteúdos em que a violência é introduzida de maneira superficial no subconsciente humano. Aqui, a mídia, que se caracteriza como um importante instrumento social, tem o poder de determinar comportamentos e criar tendências entre os indivíduos e, portanto, influenciar na maneira como a sociedade interpreta o fenômeno da violência. Muitas vezes, fazendo com que os indivíduos não desenvolvam a sensibilidade necessária para tratar o tema.

Se, portanto, os meios de comunicação criam no telespectador o interesse por um assunto e o estimula a consumir determinado conteúdo, estes também possuem um papel fundamental na formação da opinião pública. Isso porque, a mídia tem as ferramentas necessárias para coordenar o fluxo da narrativa ao apresentar qualquer acontecimento. Contudo, com o advento da Internet e, principalmente, das redes sociais, a forma como os veículos de comunicação trabalham a cobertura de notícias mudou drasticamente. Diante do alto fluxo de

informações e da temporalidade efêmera das redes, é preciso garantir que a mensagem comunicada seja atrativa, coesa e curta, porque o objetivo principal é garantir a atenção da audiência, mesmo que seja de forma rasa e que isso signifique gerar na população a falsa sensação de se estar bem informado.

É também através das redes sociais que se torna muito mais fácil estar próximo das personalidades que admiramos. Com o desenvolvimento do Instagram, por exemplo, temos a liberdade de acompanhar a rotina das maiores celebridades do planeta – ou talvez, a parte da rotina que elas nos deixam assistir. Essas, que têm suas vidas “coisificadas” pela lógica consumista da modernidade, são perseguidas pelos perfis informais de notícias.

Esses perfis, que são uma releitura moderna da famigerada Revista OFuxico, conquistaram milhões de seguidores nas redes sociais, porque se comprometem a atualizar o público com as principais notícias sobre a vida das personalidades da grande mídia, independentemente do tema ou teor do notícia a ser publicada. Apesar de não possuírem nenhum compromisso com a ética e a imparcialidade jornalística, uma vez que não são liderados por profissionais ou veículos de imprensa, os perfis de fofoca possuem aderência o suficiente para interferir diretamente em como os usuários recebem, produzem e consomem informações.

Pensando nisso, essa monografia se propõe a analisar, através do método de revisão bibliográfica, a forma como os perfis de fofoca atuam na cobertura de casos de violência contra a mulher, tendo como objeto de estudo o rompimento entre o músico DJ Ivis e a influenciadora digital Pâmella Hollanda. Ainda, esse trabalho busca entender como a cobertura informal de um caso tão sensível transforma a violência em um produto de entretenimento para os usuários das redes sociais.

Com base na análise acima, o objetivo principal deste trabalho é denunciar como a exibição espetacularizada da violência serve como uma instrumento de visibilidade e manutenção para a carreira de homens agressores, em um contraponto direto à cultura do cancelamento que tem sido tão difundida nos últimos anos. Atualmente, o nível de envolvimento do público em uma publicação é a maior moeda de troca nas redes sociais: engajamento se torna alcance, que se converte em visibilidade. E quem é visto, sempre será lembrado.

2 A VIOLÊNCIA NO COTIDIANO DA VIDA HUMANA

A violência humana é tão antiga quanto a história da humanidade. Nas sociedades, ela se manifesta de maneiras distintas, de acordo com os valores morais e simbólicos de determinada época, porém, se caracteriza universalmente como um instrumento de poder e um importante mecanismo de controle social. Seus impactos podem ser percebidos mundialmente de maneiras diferentes, e estima-se que, a cada ano, "mais de um milhão de pessoas perdem a vida e muitas mais sofrem ferimentos não fatais resultantes de auto-agressões, agressões interpessoais ou de violência coletiva." (DAHLBERG, L. KRUG, E.G., 2007, p. 1164).

A violência se expressa de múltiplas formas, principalmente porque o comportamento violento de cada indivíduo está ligado diretamente aos contextos social, cultural e econômico em que este está inserido. Sendo assim, é percebida como um problema complexo que atravessa diferentes setores da sociedade. Justamente por sua amplitude, o fenômeno da violência possui muitas abordagens teóricas. Esse trabalho, no entanto, se aproveitará da definição determinada pela Organização Mundial de Saúde (OMS)², que entende a violência, como:

o uso de força física ou poder, em ameaça ou na prática, contra si próprio, outra pessoa ou contra um grupo ou comunidade que resulte ou possa resultar em sofrimento, morte, dano psicológico, desenvolvimento prejudicado ou privação. (OMS. Relatório Mundial de Saúde e Violência. Genebra, 2002.)

Esse conceito, portanto, se distancia de outras abordagens reducionistas, que categorizam a violência simplesmente como um problema de contato físico, que causa dor, incapacidade ou morte. Isso se dá porque a OMS não se limita a reconhecer somente o ato violento, mas também a intencionalidade do infrator, independentemente do dano causado à vítima. Ao cobrir uma ampla camada de resultados, a definição também associa ameaça e intimidação à violência, uma análise extremamente importante quando se discute violência de gênero e/ou

² Em 1996, a Quadragésima Nona Assembléia Mundial de Saúde adotou a Resolução WHA49.25, que declara a violência como um importante problema de saúde pública no mundo. A resolução chama a atenção para as consequências da violência - a curto e a longo prazo - para indivíduos, famílias, comunidades e países. Durante a Assembléia, os Estados Membros solicitaram que a OMS preparasse materiais e campanhas de saúde pública para que as lideranças políticas tivessem embasamento teórico para lidar com os distintos efeitos da violência. Assim, o primeiro Relatório Mundial sobre Violência e Saúde, disponibilizado para consulta pública em 2002, é uma resposta da OMS a esta Resolução.

violência doméstica. A partir disso, afirma que as formas de violência também estão ligadas a qualquer perigo psicológico, uma vez que as consequências desse tipo de sofrimento não serão imediatas e, por isso, deixarão marcas profundas do abuso, que poderão definir, por muitos anos, a vida não só da vítima, mas de sua família, sua comunidade e da sociedade em geral.

A essência da violência reside na vulnerabilidade do indivíduo. Diferentemente da agressividade, que se manifesta como instinto de conquista e sobrevivência, a violência é uma resposta incisiva a um desafio de natureza pessoal. O indivíduo, uma vez exposto a qualquer tipo de ameaça, reclama pelos limites de sua individualidade e o faz através do uso desmedido da força, a fim de garantir a segurança dos seus valores e daquilo que o seu psicológico determina como verdade absoluta e de caráter indispensável. Partindo deste princípio, Sousa (2015) entende agressividade como um desígnio evolutivo da vida humana, ao passo que:

[...] à violência a víamos mais que tudo como um efeito imediato de um desvio perceptual, fruto de uma desfocagem ou desvirtuação motivadas pelo excesso usurpativo de uma logocidade excludente ou de uma absolutização egótica, em que tudo se vê a partir do miradouro narcísico dum ego que se alimenta sobretudo da exclusão e anulação do outro, percebido sempre como ameaça ou, quase sempre, como duvidoso aliado de circunstância: a estranheza de outro geradora de desconfiança e temor. (SOUSA, 2015, p.11)

Portanto, a violência se evidencia como uma expressão de auto-percepção humana, porque se concretiza através da vantagem que um indivíduo mantém sob o outro e é resultado de uma índole individualista e egocêntrica, que reconhece toda e qualquer situação como uma ameaça. Entre os principais elementos que constituem o fenômeno da violência, destacam-se a agressão, o medo, a vulnerabilidade, a pobreza, o dinheiro, o poder, a razão e a racionalização, a idealização e a ideologia e o isolamento da diversidade e da diferença (SOUSA, 2015, p.7). Estes, quando unidos, apresentam desconforto e instabilidade para os indivíduos, grupos e organizações, que encontrarão na violência uma saída para se manifestar contra as incertezas da vida cotidiana.

Se nos atentarmos à História que é contada nos livros, perceberemos que os conflitos violentos foram fatores determinantes para as transformações sociais nas grandes civilizações humanas. Por isso, a violência é entendida como "um elemento que constrói e transforma as estruturas, as conjunturas e os cotidianos sociais em

várias temporalidades, sendo, portanto, elemento propulsor, que dá sentido para a vida social." (BERNASKI e SOCHODOLAK, 2018, p. 43). Dessa forma, ela é utilizada para determinar regras e comportamentos e, em grande medida, como forma de punição contra indivíduos rebeldes, a fim de minimizar delitos e crimes, estabelecendo, assim, um ambiente harmonioso para o convívio em sociedade.

Tida como mecanismo regulatório, a violência apresenta diferentes configurações ao longo dos períodos históricos, mas, como regra geral, reflete os anseios de dominação dos pequenos grupos que detém maior poder aquisitivo, seja através da propriedade privada ou do acúmulo de grandes riquezas. Nas sociedades antigas, por exemplo, foram estabelecidos sacrifícios e rituais públicos, que, de acordo com Girard, (1990, p.9, apud BERNASKI e SOCHODOLAK, 2018, p. 44) "tinham a função de apaziguar as violências intestinas e impedir a explosão de conflitos". Assim, as regras estabelecidas pelos líderes políticos seriam cumpridas, graças ao medo imposto à população, através da aplicação de métodos punitivos de controle.

Em continuidade, durante o período feudal, em que a população era predominantemente camponesa, as batalhas eram travadas nos campos. Neste período, os senhores feudais disputavam a segurança de seus feudos com oportunistas e ladrões ao mesmo tempo em que seus guerreiros lutavam com outros feudos pela expansão de seus domínios e de seu poder militar. Esses conflitos resultaram no aumento de posses de terras de certos senhores e, conseqüentemente, culminaram no surgimento de casas individuais, que controlavam a comercialização de mercadorias por toda a Europa. Gradativamente, o enriquecimento e o encastelamento de algumas destas casas deu origem às cortes (BERNASKI e SOCHODOLAK, 2018, p. 46), que posteriormente se tornaram um canal para uma nova transição política.

Com a ascensão do Estado Absolutista, que se configura pela concentração do poder político e econômico pelas coroas, os suplícios refletem a nova configuração dos mecanismos de violência deste período. Nessa época, cometer um crime significava ofender o poder real e, por isso, o indivíduo transgressor deveria ser eliminado para que impulsos a praticar atos semelhantes fossem reprimidos na população. De caráter simbólico e educativo, as execuções "eram espetáculos sanguinários, encenados em públicos" (BERNASKI e SOCHODOLAK, 2018, p. 48), organizados a fim de consolidar a moral do Estado, uma vez que,

diante da indignação da população com o estilo de vida das famílias reais, esse novo governo perdia força e se mostrava bastante frágil.

É sabido que durante o processo de colonização das terras da América, o uso da violência foi empregado para dominar os povos que habitavam as terras do novo continente e, posteriormente, para controlar os indivíduos escravizados que eram violentados e condicionados a trabalhar nas lavouras de cana-de-açúcar e café. Diante do processo de industrialização da Europa e da emergência do capitalismo como o novo sistema econômico, a coroa portuguesa foi pressionada por seus parceiros comerciais e obrigada a decretar o fim da escravidão no Brasil. Contudo, essa decisão foi tomada sem qualquer planejamento político. Assim, a população pobre, preta e mestiça foi excluída da sociedade e apagada pela política de embranquecimento orquestrada pela elite³. Para Bernaski e Sochodolak (2018), a elite brasileira foi responsável por criar um país em que os princípios de civilização e progresso foram reservados a grupos seletos:

Interpretamos que o desejo de dominação da elite, manifestada em todos os períodos, criou inúmeros problemas sociais que, gradativamente, acumularam-se, tais como a concentração de riqueza, a desigualdade social, a miséria e a criminalidade, problemas engendrados em grande medida pela elite, a qual atribuiu a responsabilidade sobre tais situações à população. (BERNASKI e SOCHODOLAK, 2018, p. 52)

Durante esse período de transição, os recém-libertos não foram amparados por nenhuma política pública e, com isso, foram excluídos de qualquer atividade pública e se organizaram nas periferias das capitais, que se transformaram em espaços geográficos que carecem de recursos mínimos para o desenvolvimento das populações. Gradativamente, essa população periférica começou a se rebelar contra a coroa portuguesa, o que culminou no aumento da criminalidade à época e na instauração de conflitos violentos nas cidades – principalmente entre recém-libertos e os imigrantes, que disputavam as mesmas oportunidades de trabalho.

³ Em 13 de maio de 1888, a princesa Isabel assinou a Lei Áurea, que decretava a libertação dos escravizados de todo o país. Nesse período, a elite brasileira desenvolveu políticas econômicas de incentivo à imigração europeia para o Brasil, a fim de "embranquecer" a colônia, sob o discurso de que os corpos negros não eram compatíveis com os novas ideias de progresso da República e, por isso, simbolizavam atraso para o país diante das outras potências mundiais. Estima-se que durante o século XIX o Brasil recebeu mais de 4 milhões de estrangeiros, vindos principalmente de Portugal, Itália, Alemanha, Espanha e Japão.

Em suma, podemos dizer que o Brasil se origina sob o signo da violência. A exclusão social durante o período de colonização determinou a estruturação de um país hierarquizado que não oferece as mesmas oportunidades para grupos distintos, gerando concentração de riquezas e impossibilitando o acesso de grupos aos projetos de desenvolvimento econômico-social do país. Essas práticas produziram um país marcado pela desigualdade social, em que a população, desesperada pelo seu direito à sobrevivência, reconhece a violência não só como instrumento de poder e validação pessoal, mas também como a única forma de se revoltar contra o sistema.

2.1 A RELAÇÃO ENTRE GÊNERO E VIOLÊNCIA

Em qualquer sociedade, as relações sociais são pautadas pelas relações de gênero. Neste sentido, o conceito de gênero é utilizado para abarcar os ideais culturais da masculinidade e feminilidade, indo além das diferenças biológicas inscritas na genitália de cada indivíduo. Essas construções culturais orientam as relações entre homens e mulheres, e "definem a forma como a sociedade os trata e legitimam discriminações no reconhecimento de direitos e no acesso a benefícios de políticas sociais." (BASTERD, 2004, p.1)

Dessa forma, a vida social se organiza em torno das relações entre homens e mulheres, que, por muitas vezes, se expressam de maneira desigual graças à ordem patriarcal, que delega aos homens o direito de dominar e controlar suas mulheres. Para Araújo (2008), esta ordem é um fator determinante para a produção da violência de gênero, porque legitima a desigualdade e a dominação masculina internalizadas por homens e mulheres desde as formações das primeiras civilizações humanas.

A sociedade brasileira é altamente demarcada por diferenças de gênero. Estas desigualdades, que se explicitam nos sistemas sociais, econômicos e políticos injustos, também se expressam diante das formas particulares que a violência atinge homens e mulheres. Enquanto os homens são agredidos ou assassinados em espaços públicos, as mulheres são frequentemente vitimadas dentro de suas casas e os autores da violência, na maioria dos casos, são aqueles com quem a mulher possui alguma relação íntima, como maridos, namorados ou ex-companheiros. (MARTINS, CERQUEIRA e MATOS, 2015, p. 3).

Desde a década de 1990, a Organização Mundial de Saúde (OMS) considera a violência contra a mulher como uma violação aos direitos humanos⁴ e como um problema de saúde pública, que demanda a implementação de políticas públicas eficazes para o combate e prevenção. Pela Convenção de Belém do Pará⁵, entende-se a violência de gênero como "[...] qualquer conduta ou ação baseada no gênero, que cause morte, dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico à mulher, tanto no âmbito público, quanto privado." (BARSTED, 2004, p. 4).

A violência de gênero se manifesta como um dos principais mecanismos para forçar a mulher a uma posição de subordinação comparada àquela dos homens, através do uso desmedido da força ou por vias de coerção e manipulação psicológica. Por muitas vezes, os casos de violência contra a mulher são tolerados e negligenciados pelos membros da família ou amigos próximos e, quando denunciados, o sistema de proteção às vítimas ou de punição aos agressores é deveras frágil. Esses fatores, portanto, culminam na construção de um ambiente de medo e insegurança para as mulheres ao mesmo tempo em que confere aos homens o poder de controlar a relação.

Por mais que a violência de gênero apresente uma certa generalidade causal, quando se examina as similaridades das incidências dos casos ou a tipologia dos crimes, é importante observar que esta violência se expressa de maneiras distintas em contextos sociais específicos e, muitas vezes, é agravada por determinadas características das mulheres, como a sua classe, raça e/ou grupo étnico ou religião. Esses recortes devem ser levados em consideração, pois, seguindo a argumentação desenvolvida por Barsted (2004), é preciso compreender que as mulheres não são um conjunto abstrato de indivíduos do mesmo sexo, quando na realidade, se diferenciam internamente e apresentam necessidades e vulnerabilidades distintas.

⁴ Em 1993, a Conferência Mundial dos Direitos Humanos, realizada em Viena pela ONU, reconheceu que a promoção e a proteção dos direitos humanos das mulheres devem ser prioritárias para a comunidade internacional, buscando garantir maior consistência e validade para a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948.

⁵ Em 1994, a Organização dos Estados Americanos (OEA) deu força de lei à Declaração sobre a Eliminação da Violência contra a Mulher, publicada em 1993, pela ONU, na sua resolução 48/104. Assim, surgiu a Convenção para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra as Mulheres ou "Convenção de Belém do Pará", que incorporou a definição contida na Declaração e elaborou o conceito de violência de gênero.

2.1.1 Considerações sobre a violência de gênero no Brasil

Dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública, para o ano de 2020⁶, indicam que o país teve 3.913 homicídios de mulheres, dos quais 1.350 foram registrados como feminicídio – uma média de 34,5% dos assassinatos. No que se refere à relação da vítima mulher com o agressor, 14,7% dos homicídios femininos tiveram como autor o parceiro ou ex-parceiro da vítima. Isso significa dizer que, no ano referido, 377 mulheres foram assassinadas pela ação de um companheiro íntimo. Do conjunto de mulheres vítimas de feminicídio por pessoas com as quais mantinham vínculos amorosos, 61,8% eram negras, 36,5% eram brancas, 0,9% eram amarelas e 0,9% eram indígenas. Destas mulheres, 54% foram assassinadas em sua própria residência e, entre as armas do crime, verifica-se que 55,1% dos crimes de feminicídio ocorreram com a utilização de armas brancas como facas, pedaços de madeira e outros instrumentos que podem ser manuseados pelo agressor, dado que, "por ser um crime de ódio e perpetrado por alguém muito próximo, muitas vezes em casa e após uma série de outras violências, o autor utiliza-se do que encontra a frente para o feminicídio." (BOHNENBERGER, M. BUENO, S. SOBRAL, 2021, p. 99).

Quanto à violência doméstica, os dados do anuário apuraram que 230.160 mulheres brasileiras registraram um boletim de ocorrência sobre um caso de agressão. Isso significa que, ao menos, 630 mulheres procuraram uma autoridade policial por dia para informar um caso de agressão física, ameaça psicológica ou violência sexual. Apesar da redução verificada nos registros policiais – dado que em 2019, 263.067 mulheres denunciaram seus agressores⁷ –, o número de Medidas Protetivas de Urgência concedidas cresceu, passando de 281.941 em 2019 para 294.440 em 2020. Os dados de chamados de violência doméstica às Polícias Militares no 190 também indicam crescimento, com 16,3% mais chamadas ao ano. Foram, ao menos, 694.131 ligações relativas à violência doméstica, o que significa que foram efetuadas 1,3 chamados a cada minuto de 2020 de vítimas ou de terceiros pedindo ajuda em função de um episódio de violência doméstica.

⁶ Devido a pandemia do COVID-19, o Fórum Brasileiro de Segurança Pública alerta para a possibilidade de subnotificação dos números de violência no Brasil. Isso porque, diante das medidas de isolamento social, as vítimas encontraram restrições para registrar suas denúncias ou para solicitar socorro. Portanto, a afirmação que os índices de violência diminuíram durante o ano de 2020 pode se tornar um engano, uma vez que os dados estão incompletos.

⁷ Dados do Anuário de Segurança Pública, produzido pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, no ano de 2019.

As discussões sobre o fenômeno social da violência de gênero, no entanto, não são recentes. Apesar de ter ganho força na última década, esse tema é debatido pela agenda feminista desde o final dos anos setenta. No Brasil, os movimentos feministas foram imprescindíveis na luta pela promoção de uma vida sem violência para as mulheres. Posteriormente, estes grupos foram participantes ativos da estruturação de um melhor ordenamento jurídico das medidas de enfrentamento à violência de gênero. No processo de atuação das feministas no espaço público, foi estabelecida uma relação positiva com os Poderes Legislativos e Executivos, a fim de estabelecer os objetivos de uma agenda governamental que fosse coerente com as necessidades e especificidades das mulheres brasileiras.

Para legitimar sua atuação na sociedade brasileira, os movimentos feministas se uniram à diversas organizações públicas que defendiam os direitos das mulheres para formar o "Consórcio Feminista"⁸, no ano de 2002. O objetivo do Consórcio era pavimentar o caminho para a institucionalização da violência de gênero através do desenvolvimento de um anteprojeto de lei que buscasse erradicar os índices de violência contra a mulher no Brasil. Sinteticamente, as propostas elaboradas foram as seguintes:

a) conceituação da violência doméstica contra a mulher, com base na Convenção de Belém do Pará, incluindo a violência patrimonial e moral; b) criação de uma política nacional de combate à violência contra a mulher; c) medidas de proteção e prevenção às vítimas; d) medidas cautelares referentes aos autores de violência; e) criação de serviços públicos de atendimento multidisciplinar; f) assistência jurídica gratuita para mulheres; g) criação de um juízo único com competência cível e criminal através de varas especializadas, para julgar casos de violência contra as mulheres; h) não aplicação da Lei 9.099/1995 (Juizados Especiais Criminais) nos casos de violência doméstica contra as mulheres. (MARTINS, CERQUEIRA e MATOS, 2015, p.7).

O processo de interlocução entre os movimentos feministas e os poderes Legislativo e Executivo ganha força com a criação da Secretaria de Políticas para as Mulheres, em 2003, cuja atribuição é estabelecer políticas públicas para a melhoria da vida de todas as mulheres no Brasil. À época, a secretaria adotou o anteprojeto desenvolvido pelo Consórcio Feminista, que acabou culminando na aprovação da Lei 1.340/2006, conhecida popularmente como a Lei Maria da Penha (LMP).

⁸ Seis organizações não governamentais feministas participaram do Consórcio à época: CFEMEA (Centro Feminista de Estudos e Assessoria); ADVOCACI (Advocacia Cidadã pelos Direitos Humanos); AGENDE (Ações em Gênero, Cidadania e Desenvolvimento); CEPIA (Cidadania, Estudos Pesquisa, Informação Ação); CLADEM/BR (Comitê Latinoamericano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher); e THEMIS – Assessoria Jurídica e Estudos de Gênero.

Esta Lei foi nomeada em reconhecimento aos esforços de Maria da Penha Ferreira, vítima de um abrupto caso de violência doméstica, em conseguir a condenação de seu agressor⁹. Tendo em vista a impunidade e a lentidão da resposta judicial às tentativas de homicídio que sofreu, a vítima denunciou o Estado brasileiro à Organização dos Estados Americanos (OEA), por omissão e negligência no enfrentamento da violência de gênero, em 2002. À época, a organização recomendou que fossem tomadas medidas eficazes para o combate à violência de gênero no Brasil. A repercussão do caso de Maria da Penha marca um momento simbólico para o país, em que os principais órgãos públicos se unem para pensar políticas públicas contra a banalização da violência de gênero, mesmo que tardiamente:

A Lei Maria da Penha, promulgada em sete de agosto de 2006, representa um dos mais relevantes avanços legislativos desde o advento da Constituição Federal de 1988, pois significa o reconhecimento da violência contra as mulheres como violação dos direitos humanos. Antes considerado um problema da esfera privada, permaneceu distante da agenda pública e governamental até o advento da lei, quando houve uma conceituação precisa da violência doméstica e familiar e foram estabelecidas diversas medidas específicas para enfrentá-la. (MARTINS, CERQUEIRA e MATOS, 2015, p.7)

Segundo Martins, Cerqueira e Matos (2015), as principais inovações trazidas pela LMP dizem respeito à institucionalização dos diversos serviços protetivos à mulher em situação de risco, como a criação dos Juizados de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher, a proibição da aplicação de penas pecuniárias aos agressores, a possibilidade de concessão de medidas protetivas de urgência e o caráter híbrido das ações, que podem ser, a um só tempo, penais e cíveis. Além disso, a Lei Maria da Penha reafirmou os serviços existentes e previu a criação de novos, resultando na formação dos seguintes serviços especializados:

i) casas abrigo; ii) delegacias especializadas; iii) núcleos de defensoria pública especializados; iv) serviços de saúde especializados; vi) centros especializados da mulher; vii) Juizados de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher; viii) promotorias públicas especializadas ou núcleos de gênero do Ministério Público. (MARTINS, CERQUEIRA e MATOS, 2015, p.8)

⁹ Em 1983, enquanto dormia, Maria da Penha levou um tiro do próprio marido, o que resultou na sua paraplegia. Duas semanas depois de voltar do hospital, o mesmo homem tentou eletrocutá-la. A condenação ocorreu apenas em 2002, da qual decorreram apenas dois anos de prisão.

Apesar dos significativos avanços proporcionados pela LMP, ainda é um desafio implementar políticas públicas de combate à violência de gênero no Brasil. Mesmo tendo sido colonizado há mais de 200 anos¹⁰, nosso país é relativamente jovem no que tange a democracia e a deliberação de uma Constituição Federal e, por isso, as nossas instituições públicas são bastante fragilizadas e carecem de mecanismos que concretizem sua credibilidade perante a população. Associado a isso, também vivemos em uma sociedade tremendamente conservadora, que se caracteriza pela reprodução de estigmas de gênero que ditam o comportamento de homens e mulheres através de relações culturais e simbólicas de poder. Pouco a pouco, a sociedade brasileira têm abandonado a sua postura omissa referente aos crimes de gênero, graças à ONGs e movimentos como a Tamo Juntas¹¹, Mete a Colher¹² e a Associação Fala Mulher¹³, que assumem um importante trabalho de conscientização na tentativa de enfraquecer a leitura, quase que literal, do ditado popular "em briga de marido e mulher, ninguém mete a colher" que influencia culturalmente no apagamento das consequências profundas da violência de gênero.

É importante que, mais do que estimular as mulheres a denunciarem seus agressores, nós, cidadãos brasileiros, nos preparemos para amparar essas vítimas, dando a elas todo o apoio necessário para superar esse momento tão angustiante.

2.2 A VIOLÊNCIA COMO PRODUTO DE ENTRETENIMENTO MIDIÁTICO

A violência possui uma importância muito grande para os veículos de comunicação. Basta ler os jornais, prestar atenção na programação televisiva, caminhar entre alguns dos títulos em uma biblioteca, procurar por jogos para videogame ou buscar por opções nos cinemas ou plataformas de *streaming*, que

¹⁰ Apesar da invasão portuguesa datar do ano de 1500, o Brasil só começa a se constituir como Estado a partir de 1822, quando deixa de ser colônia de Portugal, até a instituição da República em 1889.

¹¹ Fundada com princípios, posturas e práticas feministas, antirracistas, anticapitalistas e anti LGBTfóbicas, a ONG Tamo Juntas presta assistência a mulheres em situação de violência e possui incidência política nacional e local a fim de denunciar e combater a violência contra a mulher.

¹² Desde 2016, a startup Mete a Colher utiliza a tecnologia como aliada para combater a violência contra as mulheres. Com a missão de desmistificar a violência doméstica e a responsabilidade da sociedade nessa questão, o time subverte o velho ditado e o transforma em apoio para as vítimas.

¹³ Localizada em São Paulo, a Associação Fala Mulher atua fornecendo atendimento a mulheres, crianças, adolescentes e idosos que foram vítimas de violência doméstica. Ainda, a instituição oferece auxílio jurídico, psicológico, educacional e social, e fornece abrigos sigilosos para proteção da vítima e seus filhos em risco de morte.

verá como o fenômeno da violência está presente nas mais diversas formas de entretenimento.

Os meios de comunicação são responsáveis por disseminar conteúdos e informações dos mais variados temas e, por isso, é inevitável que os problemas que estão em evidência na sociedade sejam aproximados do indivíduo através do olhar midiático. No entanto, a exibição da violência pela mídia, por muitas vezes, assume um tom catastrófico, gerador de medo e pânico. De acordo com Sodré (2002, p. 97 apud CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 251), contemplar a violência nas telas e nas páginas serviria também para aliviar o sentimento de medo vivido pela comunidade.

A exibição do fato violento, de modo dramático ou não, é uma tentativa, às vezes infantilizada, de se lidar com a banalização do trágico no cotidiano de hoje. O desastre, a agressão, a monstruosidade teatralizados, discursivamente encenados funcionam como objeto fóbico capaz de circunscrever àquela representação específica a angústia generalizada em face da destruição social. (SODRÉ 2002, p. 98 apud CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 252)

Dessa forma, o aumento da visibilidade da violência, de atos agressivos e de ações destrutivas gera nos indivíduos uma falsa sensação de tristeza diante das tragédias do cotidiano. No entanto, a rapidez e volume de informação não permitem que o indivíduo absorva adequadamente as notícias que ele está acompanhando, e, essa tentativa, por muitas vezes, têm o efeito contrário. O modo dramático presente na exibição da violência pelos meios de comunicação criam uma exacerbação dos fatos, o que gera, de certa maneira, uma sensação de pânico na sociedade. Sodré (2002, p. 98 apud CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 252) explica que essa movimentação alimenta a formação do fenômeno de "estetização midiática", que opera através da crescente serialização dos eventos catastróficos, "transformando o mundo num vasto teleteatro de acontecimentos sinistros." (SODRÉ 2002, p. 98 apud CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 252).

Casagrande e Peruzzolo (2012) salientam também que os meios de comunicação têm a sua parcela de culpa na formação de indivíduos agressivos. Ao invés de promover o cultivo de bons valores e de buscar por produtos que auxiliem na construção de sentidos positivos para a existência humana, a mídia opta por apresentar um discurso raso que não oferece um entendimento pleno do fenômeno da violência.

Os meios de comunicação, seguidamente, apresentam os atos violentos e condenam-os, pela sua brutalidade, agressividade e efeito maléfico na sociedade. Porém, esquecem que, ao apresentá-los de forma demasiada, geralmente através de formatos sensacionalistas, mostram como ocorre a prática do ato, como tal ato é realizado. Com o intuito claro de cativar a audiência, praticamente ensinam o público como agir de modo violento. (CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 252)

Neste caso, a mente humana reage aos estímulos televisivos e a tendência é que os indivíduos se tornem mais agressivos e procurem por oportunidades para extravasar esse sentimento, seja através das atitudes que se assemelham aos conteúdos consumidos ou pelas manifestações individuais de indignação. À vista disso, o caráter educativo e informativo da mídia perde sua importância e relevância, e a informação dada pelos meios de comunicação passa a assumir uma terceira função: o de entretenimento, o qual melhor encaixa-se às necessidades econômicas dos conglomerados de mídia (CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 251). O fenômeno da violência, então, se transforma em um produto lucrativo para a mídia, que estimula seu consumo através dos conteúdos apresentados.

Carvalho e Freire (2008) escrevem que o discurso midiático, enquanto formador de opinião, é capaz de transformar as informações sobre o cotidiano em mercadoria. Para que a mesma se torne "vendável" é necessário que sua apresentação receba requintes sensacionalistas e emocionais (MARCONDES FILHO, 1989 apud CARVALHO E FREIRE, p. 152, 2008), além de uma padronização simplificadora que adapta seus discursos às normas mercadológicas, negando possíveis subjetividades nos fatos. Portanto, a mídia se apresenta como um importante instrumento social que produz esquemas de interpretação, nos indicando o que pensar, o que sentir e como agir. E a partir disso, fornece aos detentores dos meios de produção e divulgação o poder de criar realidades ilusórias sobre os fatos ocorridos na realidade social.

De maneira sutil, os meios de comunicação de massa agem na criação de necessidades de informação e definição de temas relevantes, construindo a figura do consumidor-leitor. Ou seja, na mesma medida em que os veículos de massa produzem a informação e o objeto de consumo, também criam as necessidades de quem irá consumi-lá:

Portanto, entendemos que as repetidas falas da mídia sobre a cobertura do fenômeno da violência, em detrimento de outros fatos sociais, não é uma escolha aleatória, ao contrário induz o próprio interesse do leitor pelo

assunto, e o estimula a consumir seu conteúdo, que se torna um produto lucrativo. (CARVALHO e FREIRE, 2008, p. 152)

Por isso, entendemos que as repetidas falas da mídia sobre a cobertura do fenômeno da violência, que se apresenta em maior escala do que a abordagem de outras temáticas sociais, não são uma escolha aleatória. Afinal, a própria mídia cria no telespectador o interesse pelo assunto e o estimula a consumir seu conteúdo. Portanto, não podemos "desconsiderar o papel da mídia na construção das percepções dominantes sobre a violência, que hoje estão sendo disseminadas em nosso cotidiano." (CARVALHO e FREIRE, p. 156).

Entretanto, é preciso alertar que nenhum discurso é capaz de abranger a totalidade de um fenômeno social. Principalmente o da violência, que como citado anteriormente, se expressa de formas diferentes e leva em consideração os distintos contextos em que os indivíduos estão inseridos. Partindo dessa premissa, as falas que os veículos de massa propagam sobre a violência são insuficientes para garantir que a população compreenda a totalidade do fato social. Isto quer dizer que os discursos e imagens difundidos não revelam como os fatos são, mas indicam diferentes possibilidades de interpretação, que foram previamente determinadas pelos grupos sociais dominantes. Os limites da compreensão do fenômeno da violência, portanto, estão diretamente ligados ao fato de que os veículos de comunicação assumem um importante papel na produção de signos e na interpretação de mundo dos indivíduos.

A mídia é atualmente um dos mais importantes instrumentos sociais, no sentido de produzir esquemas de significação e interpretação do mundo. Os meios de comunicação nos indicam o que pensar, o que sentir, como agir. Eles nos impõem certas questões e nos fazem crer que estes é que são os problemas importantes sobre os quais devemos pensar e nos posicionar. Este instrumento forja determinadas formas de existência que não apenas possuem papel efetivo no incremento da violência, como também representam uma das expressões da mesma. (CARVALHO e FREIRE, 2008, p. 156)

Apesar da violência não ser um fenômeno novo, é tido como um tema de diversas possibilidades de abordagens, desafiando a todos que tentam compreendê-lo. Conforme Contrera (1999, apud CASAGRANDE e PERUZZOLO, 2012, p. 247), o grande problema existente na relação entre mídia e violência está na linguagem utilizada pela primeira, quando se refere à segunda, visto que, sob o

ponto de vista da autora, as representações das situações de violência pela mídia são nocivas para o grande público. Dessa forma, a exposição à violência, da forma como é criada para as representações da mídia, por meio de falas não autorizadas, símbolos e imagens, têm em suas principais consequências transformação desse fenômeno em algo irreal, simulacral e espetacularizado.

Diante desta reflexão, é importante que o papel social dos meios de comunicação seja questionado, uma vez que o discurso midiático não se apresenta de forma imparcial. Ao contrário, faz parte de uma lógica que Marilena Chauí define como "simulacro de poder" (CHAUÍ 2006 apud. CARVALHO e FREIRE, 2008, p. 152), em que os detentores do conhecimento ou de seus meios de produção e divulgação, através da mídia, criam realidades ilusórias, ao mesmo tempo em que oferecem informações do mundo real como uma mercadoria, ao divulgarem seus códigos ideológicos privados de compreensão do mundo, como se os mesmos fossem gerais para todos os indivíduos.

Com o advento das redes sociais, a divulgação da informação também passa por uma enorme transformação. Nesse ponto, surgem novos atores comunicacionais, que se esforçam pela democratização dos conteúdos, mas se assemelham aos grandes veículos de massa, pois também determinam comportamentos e ditam as expectativas do seu público. Portanto, para entender como o fenômeno da violência se apresenta diante dessa nova configuração digital, é preciso analisar o impacto da evolução tecnológica para a estrutura social e como, em certa medida, as redes sociais desempenham um papel de formadora de opinião na sociedade contemporânea.

3 A MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE NO NOVO MILÊNIO

Em consequência do fenômeno de globalização, que se caracteriza pela expansão das relações econômicas, comerciais e culturais entre os países, em que as constantes inovações tecnológicas nas áreas de transportes e telecomunicações são capazes de enfraquecer as fronteiras geopolíticas, a Comunicação também sofre algumas mutações para se adaptar à essa nova lógica global.

Para Pereira e Herschmann (2002), o campo da comunicação é compreendido como um polo irradiador de símbolos e representações, constituindo-se como ambiente vital para a construção e circulação de sentidos e informações, e, portanto, de estruturação da realidade contemporânea. Sendo assim, é responsável por constituir as bases do mundo moderno, pois é "através dos processos comunicativos que a informação e o conhecimento são produzidos, veiculados e consumidos." (PEREIRA e HERSCHMANN, 2002, p. 30)

Ao decorrer da história da humanidade, acompanhamos o desenvolvimento de recursos tecnológicos que pudessem satisfazer as necessidades dos indivíduos e que se ajustassem aos distintos aspectos da vida social. Da mesma maneira, assistimos a uma enorme revolução proporcionada pelo aperfeiçoamento de novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC)¹⁴, que impactaram a estruturação de uma nova ordem social e econômica, principalmente no que diz respeito às formas de trabalho, de produção e de consumo, fazendo com que, por consequência, a comunicação ocupasse uma posição estratégica no meio social.

Vivemos em uma sociedade que, crescentemente, se organiza em rede e na qual o conhecimento e a informação desempenham um papel estratégico, sendo chave para a produção constante de inovação, condição básica para o sucesso das organizações. Essas mudanças estão agilizando os processos de produção e consumo, enquanto ocorre uma convergência de base tecnológica que vem permitindo trabalhar com a informação, em alta velocidade, sobre uma base única e digital. (PEREIRA E HERSCHMANN, 2002, p. 30)

Esses recursos tecnológicos exigem que, cada vez mais, as informações sejam incorporadas produtivamente. Dessa forma, estamos diante do que Pereira e Herschmann (2002) consideram como "nova economia imaterial", que se caracteriza

¹⁴ Segundo Rodrigues (2016), as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTIC) podem ser definidas como o conjunto total de tecnologias que permitem a produção, o acesso e a propagação de informações, assim como tecnologias que permitem a comunicação entre pessoas.

pela busca constante por inovação baseada na utilização intensificada da informação e do conhecimento. Nesse sentido, o capital intelectual torna-se fundamental para as organizações, isto é, "revela-se de importância vital ter uma equipe de profissionais capacitada a operar, sistematizar e aplicar, produtivamente, de forma inovadora, os fluxos de sentido e informação." (PEREIRA e HERSCHMANN, 2002, p. 33). Perante a essa nova lógica de consumo, o campo da Comunicação passa a ser fundamental, uma vez que é somente através dos processos comunicacionais que a informação e o conhecimento se tornam capital. (PEREIRA e HERSCHMANN, 2002, p. 34).

Além disso, é através da comunicação que ocorre a articulação estratégica dos sentidos. Pereira e Herschmann (2002) compreendem esse processo como a criação de uma "logística do sentido", em que a distribuição e as formas de circulação dos fluxos de sentido, em determinado ambiente ou contexto, permitem a construção de estratégias de comunicação realmente eficientes. Desse modo, a gestão de informação e dos fluxos de sentido evidencia, sobretudo, "a rearticulação entre consumo e produção, deixando claro que o consumo é cada vez mais produtivo." (PEREIRA e HERSCHMANN, 2002, p. 35)

Diante dessa perspectiva, o consumo exerce um papel sociopolítico fundamental no mundo contemporâneo. A partir dele, é produzida uma customização massificada dos sentidos e, por isso, o consumo permite avaliar como os indivíduos se integram e se distinguem em sociedade. É através do consumo, então, que são produzidas narrativas de reforço identitário, diante de um mundo marcado por mudanças culturais e tecnológicas constantes.

Deste modo, através do consumo, (re)definimos nossas comunidades, nossos pertencimentos, nos diferenciamos e sinalizamos estilos de vida. Num mundo globalizado, marcado pela fragmentação e fluidez, o consumo opera como importante processo de reterritorialização, capaz de produzir um senso de coletividade ou sentimento público, donde a importância e a forte realidade das comunidades de consumidores ou de consumidores-cidadãos. (PEREIRA E HERSCHMANN, 2002, p. 37)

Certamente, os meios de comunicação também vêm sendo afetados pela crescente expansão de tecnologias digitais. Devido ao fenômeno de globalização, o processo de comunicação humana se torna mais sofisticado e complexo. Em razão disso, as sociedades anseiam por novos recursos tecnológicos que transformem os processos comunicativos em modelos mais eficientes. Neste cenário, as máquinas

são responsáveis por alimentar o imaginário do homem e, principalmente, por trazerem aspectos da vida humana com facilidade. Baitello (2002) considera que as "máquinas da comunicação" – como o telégrafo, o telefone e o cinema, o rádio e a televisão e, posteriormente, a Internet – simulam, como uma de suas qualidades mais enigmáticas, o ato de falar. Assim, esses dispositivos, que transmitem a fala ou a imagem em movimento, provocam nos indivíduos o impacto da expansão de suas fronteiras perceptivas.

O surgimento de uma nova tecnologia, até que ela se torne uma parte do repertório corriqueiro das comunidades, tende a provocar o encantamento, como se fosse mágica. Este sentimento distancia os participantes de um processo comunicativo daquilo que deve ser sua meta primeira: informar. A magia não tem e nunca teve como meta informar, mas sim encantar, iludir, desviar a atenção, literalmente enganar. O mesmo pensamento mágico-mítico que produz magníficos textos da criatividade artística do homem, da arte e da cultura, pode criar deuses lá no mais profundo reduto da racionalidade e da ciência. (BAITELLO, 1998, p. 14)

Para o autor, a descoberta da eletricidade permitiu o desenvolvimento de tecnologias de comunicação que demandam do uso de um aparato emissor e codificação da mensagem e de outro equipamento receptor e decodificador, que garantem uma certa permanência da informação no tempo, não somente pela durabilidade da mensagem conservada, mas pelo somatório dos tempos dos milhões de indivíduos-receptores. O impacto dessas novas ferramentas comunicacionais é tão grande, que as fronteiras espaciais – e sua apropriação simbólica – são ampliados e, portanto, "já não é mais delírio falar-se em uma cultura mundial." (BAITELLO, 2013, p. 13)

Atualmente, quase todo canto do globo é coberto por várias formas de mídia transnacional, como a Internet, os telefones móveis ou pela televisão via satélite. Os estudos de Hjarvard (2014) afirmam que a cultura impressa dos jornais já foi há tempos suplantada por esses estes distintos recursos de mídia audiovisual e digital, e que, nesse passo, a comunicação em massa tem sido complementada por uma variedade de mídias interativas, "permitindo a todos não apenas receber, mas também engajar ativamente em diversas formas de comunicação com alcance potencialmente global." (HJARVARD, 2014, p. 23).

Como resultado, a mídia foi incorporada às práticas da vida cotidiana, do local de trabalho e até nas famílias, assumindo a posição de co-produtora de nossas

representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas. E é a partir dessa perspectiva que se originam os primeiros estudos sobre a teoria de midiatização, que buscam compreender a transformação na relação estrutural entre mídia e as diferentes esferas da sociedade contemporânea.

O ambiente da mídia contemporânea, entretanto, também reflete uma mudança quantitativa e qualitativa profunda nas relações entre mídia, cultura e sociedade. Hoje, experimentamos uma *midiatização intensificada* da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase *toda instituição social e cultural*, como a família, o trabalho, a política e a religião. (HJARVARD, 2014, p. 23)

Hjarvard (2014) entende que a midiatização representa a importância intensificada da mídia na cultura e na sociedade, isso porque evidencia os processos pelos quais os costumes sociais e culturais tornaram-se, cada vez mais, dependentes dos meios de comunicação. Nesse cenário, a mídia integra-se à sociedade em muitos níveis, e, por influência, altera o comportamento e as preferências dos indivíduos. Como adendo, cabe citar que o autor defende uma perspectiva institucional sobre a midiatização, que diz respeito às transformações estruturais de longa duração entre a mídia e as outras esferas sociais. Para Stig Hjarvard (2014), a midiatização se difere do conceito de mediação, porque é um processo recíproco entre a mídia e outros domínios ou campos sociais. Ao passo em que a mediação diz respeito ao uso da mídia para práticas comunicativas específicas, "[...] a midiatização não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade." (HJARVARD, 2014, p. 25).

À vista disso, Hjarvard discute como as mídias são afetadas pelas dinâmicas de modernidade. Segundo Guiddens (1990, p. 38, apud HJARVARD, 2014, p. 30), estas dinâmicas são entendidas como desencaixes de tempo espaço que deslocam as práticas sociais de ambientes locais e as recolocam em ambientes maiores e mais abstratos. Neste sistema, as práticas sociais são estendidas em subpráticas através da especialização e divisão do trabalho e, nesse processo, são acompanhadas por uma crescente refletividade, na qual "práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre aquelas mesmas práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter." (GUIDDENS, 1990, p. 38, apud HJARVARD, 2014, p. 30). Diante dessa perspectiva,

Hjarvard (2014) escreve que as mídias oferecem um constante fluxo de informação que orienta os indivíduos e as organizações a ajustarem suas práticas às condições contemporâneas, proporcionando reflexividade progressiva na própria institucionalização da vida social. Em contrapartida, também estão sujeitas a esses processos de modernidade e passam a desempenhar funções específicas que derivam de padrões gerais de desenvolvimento institucionais.

Notamos que, cada vez mais, distintas instituições da sociedade necessitam dos recursos da mídia, incluindo sua habilidade de representar a informação, para construir relações sociais e ganhar com ações comunicativas. Diante dessa perspectiva, a comunicação não é uma simples ferramenta de troca de informações, mas sim, um campo de articulação entre os significados propostos pelas mensagens da mídia e sua incorporação no cotidiano dos indivíduos. Martino (2014) escreve que esse processo é, sobretudo, cultural, mas de forte dimensão política, porque os receptores dessas mensagens são agentes ativos do processo e, portanto, "[...] podem resistir, alterar e contestar os significados em circulação por uma sociedade." (MARTINO, 2014, p. 237)

Entende-se, portanto, que a mídia ocupa um lugar de destaque na sociedade porque está, cada vez mais, incorporada às operações de todas as instituições sociais, redefinindo o modo como as coisas são feitas no cotidiano e tornando a sociedade progressivamente dependente da lógica da mídia. Contudo, isso não significa dizer que a mídia controla a sociedade. Martino (2014) alerta que o processo de midiatização não possui mão única, no sentido de que a mídia passa a ter efeitos sobre as pessoas ou as instituições. Para o autor, o conceito de midiatização diz respeito a uma perspectiva relacional entre mídia e sociedade, "[...] no sentido de que 'como as pessoas se relacionam suas práticas cotidianas com as possibilidades abertas pela mídia', em um processo contínuo, sem começo nem final, que possam ser facilmente estabelecidos." (MARTINO, 2014. p. 240)

Dessa forma, ao analisar o efeito da mídia nas sociedades é preciso compreender que os meios de comunicação são parte integrante da sociedade e, por isso, existem dentro de um contexto social e histórico, e são feitas pelas mesmas pessoas que, em outros momentos, receberam informações (MARTINO, 2014, p. 241). O conceito de mídia, portanto, deve ser pensado de maneira complexa, uma vez que se apresenta como uma tecnologia com características específicas, que está espalhada por todos os lugares e presentes em diversos

espaços. Isso torna a mídia um ambiente no qual os seres humanos estão inseridos e, assim como não é possível viver separado do ambiente físico no qual se está, "é muito difícil ficar de fora do ambiente constituído pela mídia." (MARTINO, 2014, p. 241).

3.1 A RELAÇÃO ENTRE OS USUÁRIOS E AS COMUNIDADES VIRTUAIS

Os indivíduos organizaram-se de maneiras distintas ao longo dos séculos. No começo, os agrupamentos eram familiares, tendo em comum o laço sanguíneo dos indivíduos em prol da segurança e alimentação. As famílias começam a crescer e, então, surgem os clãs, a partir da união de membros das famílias por meio do matrimônio. Com a conciliação de vários clãs, formaram-se as tribos e, posteriormente, as cidades, onde surge a noção de política e governo (PORFÍRIO, 2020, p. s/n).

Apesar dos diferentes formatos, entende-se que para a ordenação de um agrupamento social são necessários três elementos primordiais: o território, interesses comuns e compartilhados entre os indivíduos e a possibilidade de interação e criação de laços sociais (RECUERO, 2006, p. 110). A partir deles, os indivíduos orientam suas práticas e organizam novas formas de convívio. Neste contexto, o estudo da sociedade por meio da teoria de redes se apresenta como um método interessante para compreender as estruturas sociais na modernidade. A partir da metáfora de rede, compreende-se que a sociedade conecta-se através de sistemas complexos, em que os indivíduos e suas interações também podem ser observados no ciberespaço (RECUERO, 2006, p. 20).

Para Costa (2005), a sociedade moderna está interconectada com um número cada vez maior de pontos e com uma frequência que só a faz crescer. E, portanto, seria importante compreender melhor como, dentro desse sistema, comportamentos e ideias são propagadas e, então, compartilhadas por um mesmo grupo. Diante dessa perspectiva, torna-se imprescindível entender de que forma a conexão virtual entre as pessoas tem efeitos no formato das relações individuais, mas também na maneira como os coletivos se comportam quando formam uma rede de alta densidade. Sendo este, segundo Martinho (2004 apud MACHADO e TIJIBOY, 2005, p.4), o principal potencial da rede:

A densidade da rede não está relacionada diretamente ao número de pontos que a constituem, mas à quantidade de conexões que esses pontos estabelecem entre si. Esse é o aspecto mais importante e parece provar que a capacidade da rede ultrapassa em muito a mera soma de seus elementos. (MARTINHO, 2004, p. s/n apud MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 4)

Embora a Internet não seja a principal responsável pela transformação da noção de localidade geográfica, a comunicação mediada por telas tem um papel muito importante no processo de expansão das interações sociais. Recuero (2006) aponta que a falta de tempo, o medo e o declínio dos espaços de socialização podem ser avaliados como motivos para o isolamento das pessoas e a efemeridade das relações sociais. Contudo, "o aumento do uso de ferramentas de comunicação mediada por computador poderia representar, justamente, um esforço no sentido contrário, em direção ao social." (RECUERO, 2006, p. 121). Para a autora, o surgimento da possibilidade de comunicação através de computadores têm influência direta na sociedade e na vida cotidiana. E que por meio dessa, as pessoas estariam buscando por novas formas de conexão, a fim de estabelecer relações sociais, "já que por conta da violência e do ritmo de vida, não conseguem encontrar espaços de interação social." (RECUERO, 2006, p. 121)

É neste contexto que surgem grupos sociais na Internet com características comunitárias, que, para Recuero (2006) seriam construídos por uma nova forma de sociabilidade decorrente da interação mediada pelo computador, que possibilita a criação de laços sociais. Nesse sentido, o ciberespaço se torna um ambiente de transporte de informações, mas também um local de encontro, onde agrupamentos de pessoas orientam discussões e compartilham sentimentos em comum. As comunidades virtuais seriam, então, comunidades simbólicas, em que os membros "estão conectados primariamente pelas trocas simbólicas (no caso, eletrônicas), mais do que pela interação face a face." (SMITH, 1999, p. 137 apud RECUERO, 2006, p. 123)

A expressão comunidade virtual foi popularizada através dos estudos do jornalista norte-americano Rheingold e serve para designar "grupos de pessoas que se relacionam no ciberespaço através de laços sociais, onde hajam interesses compartilhados, sentimentos de comunidade e perenidade nas relações" (RHEINGOLD, 1996, p. 20 apud MACHADO e TIJIBOY, 2005, p.3). Cada vez mais, o universo digital cresce em números de usuários e, então, a participação em

comunidades virtuais têm se tornado um hábito cotidiano dos internautas, porque passam a ser percebidas não somente como um lugar de interação social, mas também um meio para se atingir diversos fins.

As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem (na Internet), quando uma quantidade suficiente de pessoas leva adiante essas dimensões públicas durante tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos como para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético. (RHEINGOLD, 1996, p. 20 apud MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 3)

Em seus estudos, Rheingold (1996 apud COSTA, 2005, p. 244) chama a atenção para o fato de que o surgimento das comunidades virtuais foi motivado pelo excesso de informação que circulava pelo ciberespaço. À época, começou a se consolidar o conceito de inteligência coletiva, porque as comunidades virtuais se adaptaram a um processo de filtros inteligentes. Isso significa que os participantes dos agrupamentos virtuais organizaram uma espécie de curadoria, diante das informações disponíveis, antes que fossem disponibilizadas aos grupos, a fim de manter a entrada apenas de materiais específicos, fazendo com que os membros não tivessem que lidar com a sobrecarga de referências.

Wellman (2001 apud RECUERO, 2006, p. 126), outro teórico que estudou a formação de comunidades virtuais, desenvolve a teoria de que os agrupamentos sociais na Internet teriam a presença de variados tipos de conexão. Ou seja, viabilizariam a formação de diversos tipos de laços, aproximando-se de agrupamentos mais centrados em redes sociais particulares e menos em grupos coesos. Seguindo essa argumentação, o autor defende que na sociedade moderna, as comunidades são formadas por grupos mais largos, de laços menos fortes e não possuem mais uma única localização geográfica. Nesse sentido, Wellman (2001 apud RECUERO, 2006, p. 126) acredita que a mediação pelo computador, no contexto da globalização e da sociedade em rede, proporcionaram uma mudança essencial na sociabilidade.

Seguindo essa perspectiva, Costa (2005) defende que as comunidades são fruto de constante negociação entre as preferências individuais dos usuários. Justamente por isso, a interconexão entre os indivíduos implica a possibilidade de confrontos de subjetividade, entre suas próprias preferências e sua relação com aquelas de outra pessoa. Para o autor, as preferências individuais são, na verdade,

"fruto de uma autêntica construção coletiva, num jogo constante de sugestões e induções que constitui a própria dinâmica da sociedade." (COSTA, 2005, p. 236). Portanto, a sociedade contemporânea está imersa em uma rede social de muitas dimensões, que mobiliza o fluxo de interação entre os indivíduos, que estão divididos segundo padrões variáveis, a partir de novas formas de associação.

Costa (2005) também analisa que a confiança mútua entre as pessoas, que precisa existir em maior ou menor escala, é um aspecto essencial para a consolidação de comunidades virtuais. Em continuidade, o autor afirma que "a construção dessa confiança está diretamente relacionada com a capacidade que cada um teria de entrar em relação com os outros, de perceber o outro e incluí-lo em seu universo de referência." (COSTA, 2005, p. 243). A partir da interação com o outro, é que o indivíduo aprende a reconhecer comportamentos, intenções e valores que compõem o meio em que está inserido. Isso significa que a confiança deve estar presente da forma mais ampla possível para que as redes sociais possam ser construídas, a fim de valorizar as habilidades, competências e reconhecimentos dos outros.

Em meio ao desenvolvimento de ferramentas tecnológicas de conexão no ciberespaço, percebeu-se que estes se tornaram espaços de construção e produção de discursos, manifestação de múltiplas "verdades" sociais e suas representações (MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 1). Com isso, novas formas de relação, comunicação e organização emergem na sociedade moderna, graças aos diferentes recursos promovidos pelo surgimento da Internet, como os e-mails, os fóruns, grupos de notícias, *chats* e outros. Justamente por essa movimentação, as autoras debatem que as redes sociais virtuais são um território interessante para se repensar as relações na sociedade pós-moderna, porque vêm atingindo as mais diversas esferas e campos de conhecimento, desde o plano científico e econômico, até o cultural, que explica a comunicação de rede "como instrumento de ativação de movimentos sociais e culturais como a luta dos direitos humanos, feministas, ambientalistas, etc." (MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 2)

Neste contexto, as novas tecnologias de informação e comunicação funcionam como mediadores sociais e favorecem a criação de redes de relacionamento, onde o usuário pode juntar pessoas do seu círculo de relacionamentos, conhecer outras que compartilhem os mesmos interesses e discutir temas variados (MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 3). Ao mesmo tempo, as

plataformas sociais permitem que o usuário construa diferentes *personas* para atuarem entre o público e privado. Segundo Machado e Tijiboy (2005), dentro desse fluxo caótico de conectividade, o poder de articulação se evidencia naqueles que possuem maior mobilidade e que atuam como "dinamizadores" do fluxo de informação e interconexões. Isto é, estimulam o debate, propõem desafios aos demais membros e geram ou aliviam tensões na organização das diferenças.

Ao mesmo tempo em que se abrem novos espaços para o reconhecimento de autores sociais e para a legitimação da luta dos movimentos identitários, as redes de relacionamento virtuais também incorporam um grande fluxo de criação de perfis anônimos. Na era das redes sociais virtuais, o anonimato "pode funcionar como um laboratório de autoconhecimento, facilitando a experimentação de outras formas de atuação no mundo, deixando aflorar desejos, fantasias e sentimentos contidos." (MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 5). Isso significa que as redes sociais se tornam espaços utilizados para a criação de outras identidades possíveis, fazendo com que os usuários tenham a possibilidade de experimentar descobertas pessoais, pois estão protegidos por uma máscara virtual.

Machado e Tijiboy (2005) afirmam que as comunidades virtuais funcionam como uma moderna lista de discussão personalizada. Para as autoras, dentro do ciberespaço, os laços sociais potencializam as conexões de cada um com os demais, onde as normas são definidas de acordo com os valores criados pelos próprios integrantes em um sistema que se regula automaticamente. Diante desse sistema, são criados espaços de subjetividade e de possíveis tensões sociais, uma vez que essa rede cooperativa se distribui de forma imprevisível.

Essa imprevisibilidade não é apenas uma questão de desordem e de caos, mas sim, a própria representação da diversidade e complexidade humana. Ao mesmo tempo em que valoriza o individual dentro da coletividade, favorece a percepção da coletividade planetária, de que todos, de uma certa forma, estão conectados uns aos outros por laços relacionais. (MACHADO E TIJIBOY, 2005, p. 6)

Essa ideia de pertencimento é um sentimento importante para o desenvolvimento de práticas de solidariedade, dado que, diante do cenário de um mundo globalizado e de sociedade massificada, é difícil ser reconhecido como sujeito de identidade e necessidades específicas. Para Machado e Tijiboy (2005), é apenas na interação com o outro, que o ser humano é capaz de descentralizar e transitar em uma zona coletiva.

Os agenciamentos coletivos das vontades são sempre processos complexos que visam a conquista do prazer e da auto-realização, resultando no jogo intrincado de negociações, tensionamentos e poder. Essas permutas fazem parte do exercício de autonomia e ética, que priorizam relações mais autônomas. Os softwares sociais são mais um recurso para a construção de discursos e produção de "verdades sociais". Ainda não está desvelado o fim e potencial dessas grandes redes sociais virtuais, mas sem dúvidas elas afetam e promovem modos de relação. (MACHADO E TIJIBOY, 2005, p. 6)

As redes sociais virtuais são um recurso recente nas sociedades informatizadas e requerem um olhar atento sobre as suas possibilidades. Afinal, é um espaço potencial para a construção de identidades, de encontro com o outro, de produção de saberes, de circulação de valores e de pluralidades (MACHADO E TIJIBOY, 2005, p. 9). Apesar dos avanços nos estudos das redes sociais virtuais, ainda há muito o que aprender sobre a forma como as informações são associadas pelos indivíduos no ciberespaço e, conseqüentemente, como isso influencia no posicionamento e na percepção dos fatos pelos usuários.

3.2 OPINIÃO PÚBLICA NO CONTEXTO DAS REDES SOCIAIS

Nas últimas décadas, a sociedade sofreu grandes transformações sobre as formas como os indivíduos se comunicam e se relacionam. Com o surgimento da Internet e das redes sociais, as novas tecnologias de informação e comunicação provocaram mudanças na forma como se estabelecem relações sociais, desenvolveram novas práticas comunicativas e ofereceram novas possibilidades interativas para os inúmeros atores sociais (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 58). Nesse contexto, as redes sociais se tornam uma ferramenta formadora de opinião e dão voz a inúmeros enunciadores de informação.

Lippman (2017, p. 37 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54) em seus estudos sobre o conceito de opinião pública, argumenta que para a formulação de uma opinião, as pessoas recorrem a uma série de ideias e imagens armazenadas em suas mentes. Essas imagens, que são resquícios de interações sociais ou que os indivíduos acessam através da imprensa, são o alicerce para a construção da opinião. A partir disso, os autores elucidam a forma como Lippmann argumenta sobre a diferenciação entre opinião pública e Opinião Pública:

A primeira (em minúsculo) diz respeito às imagens que formamos na nossa mente provenientes de construções culturais e de relações com outras

peessoas. Já a segunda (com letras maiúsculas), é fruto da ação da ação de grupos de interesse (entre eles, a mídia) ou de pessoas que agem em nome desses grupos (formadores de opinião). A opinião reconhecida como pública seria então uma opinião tornada pública e aceita pelo público, e não uma opinião surgida no público. (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 55)

A opinião pública, então, seria formada por uma série de imagens mentais, baseadas em estereótipos, que a sociedade toma para si como verdadeiras. Para Lippman (2017 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54), as pessoas são impossibilitadas de ter um conhecimento direto da realidade, e, que o fazem, então, através das informações transmitidas pelos meios de comunicação. Neste cenário, o autor posiciona a propaganda como uma das responsáveis por colocar imagens nas cabeças dos indivíduos e "dentro de um contexto de grupos de interesse, essas imagens fazem com que um determinado padrão de opinião seja substituído por outro." (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54).

Para Habermas (1984 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54), é na esfera pública que os indivíduos têm acesso a uma arena de discussão e debate público, seja formal ou informal, onde os assuntos de interesse geral podem ser discutidos e opiniões formadas. A esfera pública se originava e mantinha na presença de iguais, afinal, burgueses com igualdade de status se reuniam e discutiam à margem das instituições políticas (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54). Essa era "uma esfera pública de pessoas privadas" (HABERMAS, 1984, p. 144 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54), dado que as pessoas privadas se reuniam em público para defender a liberdade econômica e combater a dominação do Estado.

Nas sociedades modernas, no entanto, a discussão democrática é influenciada pelos meios de comunicação de massa (HABERMAS, 1984 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54). Nesse caso, "a mídia amplia a esfera pública, mas, uma vez ampliada midiaticamente, essa esfera perde o conteúdo político original para ser mais vendável ou aceitável socialmente, fazendo com que a racionalidade ceda espaço para a forma." (CERVI, 2006, p. 69 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54). Isso significa que os meios de comunicação de massa captam as informações, selecionam a forma e o tom sobre o que divulgar, e controlam o que irá alimentar a esfera pública e influenciar todo o sistema.

No entanto, mesmo com a emergência dos veículos de comunicação de massa, como o rádio e a televisão, não é possível determinar claramente os papéis

de cada um dos atores envolvidos no processo de construção da esfera pública nas sociedades modernas. Para Cervi (2006 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 55), graças aos veículos de comunicação de massa, a esfera pública se amplia e se modifica em função dos interesses privados presentes no sistema, "fazendo com que, a partir de então, ao invés da mídia intermediar a opinião pública, ela passe a produzir elementos para a formação de opinião." (CERVI, 2006, p. 90 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 55). Portanto, não seria possível ter clareza sobre a forma como os meios de comunicação afetam os fluxos de comunicação da esfera pública, mesmo que se pudesse opinar sobre quem dispõe do poder dos meios. (HABERMAS, 2003 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 55).

Seja ao considerar a esfera pública tradicional burguesa ou a esfera pública criada pelos meios de comunicação, entende-se que os cidadãos interpretam uma determinada situação e, em suas interações cotidianas, constituem contextos comunicacionais dando forma à esfera pública.

Podemos destacar que a formação da opinião de cada indivíduo, que resultará na opinião pública, acontece idealmente em um ato de fusão de informações. De posse de um repertório e subjetividade individual, cada pessoa toma conhecimento de um fato pelos meios de comunicação ou pares, formula seus conceitos e depois discute com outros membros de sua esfera. Cada um desses membros possui opinião própria, a partir do que construiu por meio da sua subjetividade e informações dos meios de comunicação. Na junção de todos esses elementos é que se viabilizam e se formam as opiniões da esfera pública, formando constelações de discursos e conseqüentemente, a opinião pública. (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 55)

O conceito de esfera pública está implícito à opinião do público, porque essa opinião se origina também de uma reflexão pública a partir dos assuntos públicos (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 56). Para Habermas (1984 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54), a opinião pública é formada dentro da esfera e é uma opinião crítica, formulada por cidadãos privados, que interagem entre si em um processo racional de argumentação. Diante dessa perspectiva, "os cidadãos nessa esfera conversam sobre um determinado tema, constroem um contexto comunicacional, chegam a um consenso e dão forma à opinião pública (HABERMAS, 1984, p. 116 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 54). Em conclusão, a opinião pública é heterogênea. Pimentel e Tesseroli (2020) escrevem que para que a opinião pública se manifeste, é necessário que algo aconteça, como um fato, um evento ou qualquer ocorrência que provoque a reação da audiência.

Com a popularização das redes sociais virtuais, a esfera pública deixa de se limitar aos espaços privados e, então, ganha novos significados. Nesse novo contexto, a Internet rompe a barreira física e temporal, e as interações passam a ser realizadas por meio virtual, formando uma esfera pública interconectada (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 55). Portanto, a Internet é capaz de fornecer informações de forma rápida e as redes sociais virtuais possibilitam o debate entre integrantes que não se encontram presencialmente.

No ambiente das redes sociais, a velocidade com que as informações circulam, a variedade de fontes emissoras e a abrangência dos diferentes assuntos tratados pelos grupos desse universo digital são de grande preocupação para a sociedade contemporânea. Graças ao desenvolvimento de tecnologias da informação e da comunicação, nos deparamos com um movimento de reconfiguração do campo midiático, que trouxe mudanças "[...] na forma como se estabelecem relações sociais, como práticas comunicativas se desenvolvem e nas possibilidades interativas entre inúmeros atores sociais (TERRA e DE SOUSA 2019 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 58).

Além do mais, o processo de formação da opinião em um contexto de redes sociais virtuais acontece em um ambiente desintermediado. Apesar da necessidade de estarem visíveis e de se sentirem legitimadas por quem consome os seus conteúdos, as redes sociais não são intermediadas por instituições midiáticas no processo de visibilidade. Afinal, as informações circulam de modo diferente nas mídias digitais, se comparada à circulação de informações pelos tradicionais veículos de comunicação de massa, que possuem limites regulamentados para a transmissão de conteúdos.

Por outro lado, atualmente os atores sociais, individuais e coletivos podem publicizar suas opiniões e demandas sem a necessidade de mediação das organizações midiáticas tradicionais, já que os processos de visibilidade e legitimidade institucionais estão hoje perpassados por uma lógica, na qual podem ser identificadas inúmeras possibilidades interativas e fluxos comunicacionais, que se constituem em um vigoroso local de estudo para a área. (BARICHELLO, 2017, p.103 apud TERRA e DE SOUSA, 2019, p. 4)

É também nesse ambiente de redes sociais virtuais que se formam bolhas informativas. O que Parises (2011 apud TERRA e DE SOUSA, 2019, p. 4) denominou como "filtro invisível" e "filtro-bolha", definindo-os como a forma que as plataformas digitais personalizam e dirigem os conteúdo apresentados ao usuário,

por meio de seus algoritmos, que assimilam quais assuntos agradam aos usuários, de modo a evitar o contato com visões contrárias ou distintas às deles. Segundo Raposo (2017, p.154 apud TERRA e DE SOUSA, 2019, p. 5), os algoritmos são "um conjunto de etapas para se executar determinada ação, um tipo de especificação para lidar com problemas que consiste em passos bem definidos e aplicados como parte de um programa de computador." Ou seja, diferentemente das mídias tradicionais, as redes sociais online não são obrigadas a oferecer um equilíbrio ideológico ou uma diversidade de conteúdos, porque a tecnologia dos algoritmos faz a separação e o direcionamento de informações para os autores e grupos que têm interesse em consumir determinado assunto.

Na Internet, os atores sociais que, a partir de motivações baseadas em suas percepções individuais, filtram e replicam os conteúdos para o restante da rede, são responsáveis por interferir no processo equilibrado de circulação de informação. Esses atores teriam o poder de fazer com que algumas informações ganhem visibilidade e outras não, potencializando discursos e silenciando outros. (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 59). Diante dessa perspectiva, a construção de opinião pública depende "[...] da ação de difusão de informações que são tomadas pelos atores nas redes sociais digitais, e a participação de formadores de opinião em dois passos." (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 59).

Da mesma forma, os algoritmos também interferem no processo de circulação de informações. Segundo Raposo (2017, p. 154 apud TERRA e DE SOUSA, 2019, p. 5), os algoritmos são definidos como "um conjunto de etapas para determinada ação, um tipo de especificação para lidar com problemas que consiste em passos bem definidos e aplicados como parte de um programa de computador." O que significa que os algoritmos asseguram que só irão circular informações consideradas importantes pelos e para os usuários da Internet, ou seja, informações que são tendência, mesmo que isso signifique oferecer uma camada superficial das conversas e assuntos disponíveis.

A opinião pública em tempos digitais estaria condicionada aos algoritmos que podem estar "legitimando visões de verdade e razão, e a compreensão de que ao se ter determinadas visões de mundo reforçadas o tempo todo, não exista mais o espaço de criação de uma opinião de fato pública" (FANTINI e JANDOSO, 2018 apud PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 59). Ainda mais problemática é a produção de conteúdo noticioso falso, ou *fake news*, em escala industrial para que sejam alcançados objetivos escusos. (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 59)

Portanto, não seria errado afirmar que a opinião pública, em tempos de redes sociais digitais, estaria condicionada aos algoritmos, que coordenaram a circulação de informação e, conseqüentemente, fazem com que os indivíduos sejam atingidos por certas visões de mundo repetidas vezes, criando a sensação de que não há mais espaço para a criação de uma opinião coletiva. De forma silenciosa e constante, os algoritmos podem auxiliar na criação de consensos sobre determinados assuntos, a partir somente da visão de cada usuário, criando uma bolha ideológica que distorce a formação de uma opinião pública. (PIMENTEL e TESSEROLI, 2020, p. 59).

3.3 A EFEMERIDADE NA ERA DA CULTURA DIGITAL

Com mais de 10 anos de atividade, o Instagram é a 5ª rede social mais popular do mundo. Segundo dados de 2020¹⁵, a plataforma mantém 1 bilhão de usuários ativos por mês. E para alcançar essa popularidade, o aplicativo adotou funções que fizeram sucesso primeiro nos concorrentes, unindo diversas funcionalidades em uma única rede social. O *Stories*, por exemplo, que permite compartilhar fotos ou pequenos vídeos durante 24 horas, funciona de forma muito parecida ao Snapchat, aplicativo que causou alvoroço em 2011.

Nas redes sociais, o apelo à memória é bastante comum. De fato, a maioria de seus serviços possibilita que os usuários armazenem publicações, agregando-as ao seu perfil por tempo indeterminado para que sejam visualizadas e lembradas depois. Por outro lado, essa modalidade de registro de publicações pode ser embaraçoso para alguns usuários, "visto que muitas vezes tais publicações passadas das pessoas vêm à tona e podem prejudicar a imagem que elas almejam construir de si mesmas." (BARROS, 2017, p. 70). O problema, no entanto, está no fato de que a vida do indivíduo parece ser regida, não somente pela exposição, mas também pela arrecadação da maior quantidade possível de reações.

Lacerda (2017) escreve que o indivíduo só vive se obtém visibilidade midiática, porque não basta apenas a aparição, "é preciso considerar a importância

¹⁵ INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. G1, Tecnologia, 06/10/2020. Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>>. Acesso em 10 de maio de 2022.

dada à nossa imagem midiática, à construção espectral do nosso eu nas sociedades virtuais." (LACERDA, 2017, p. 5). Assim, quando não alcançamos sucesso nesse propósito, percebemos a fragilidade que reveste a nossa exposição midiática. A cultura da efemeridade nas redes sociais discute o fascínio dos indivíduos pela constante exposição, a busca por conteúdos de curta duração e o excesso de imagens comuns e descartáveis (LACERDA, 2017, p. 2). Jean Baudrillard (1996 apud LACERDA, 2017, p. 2) afirma que a sociedade moderna está criando uma cultura de imagens, de coisas efêmeras, transparentes e que desaparecem, uma vez que se distanciam totalmente de seus referentes autênticos e, então, perdem todo o seu significado.

As redes sociais são um ambiente marcado fortemente pela velocidade, pela conectividade e, então, pela instantaneidade. Lacerda (2017) escreve que a primeira diz respeito à tendência imediata e de complexização progressiva das redes sociais; os outros dois, são considerados como fundamentos da cibercultura, uma vez que, os meios comunicacionais tecnológicos exigem que os usuários estejam constantemente conectados para acompanharem as atualizações de seus contatos, ao mesmo tempo em que a instantaneidade orienta a circulação de conteúdos, que são disparados em um ritmo cada vez mais veloz e em uma exibição diária (LACERDA, 2017, p. 4).

Entende-se que as redes sociais produzem uma falsa sensação de liberdade para os indivíduos. Não necessariamente existe uma autenticidade na produção de si nas plataformas digitais. Pelo contrário, parece haver, ainda que de forma subentendida, certas diretrizes para se destacar ou ao menos ser notado nas redes sociais. Lacerda (2017) analisa que as redes sociais permitem que o usuário faça o que quiser para construir-se como indivíduo, desde que notem-se parâmetros de comportamento comumente acordados pela sociedade.

Para Lacerda (2017), as redes sociais são um ambiente ideal para que as informações transitem em órbita, dado que são lançadas e expostas no feed de todos àqueles que têm similaridade ao conteúdo, a partir da leitura do algoritmo, e constantemente voltarão a aparecer de acordo com a interação dos demais usuários. E, por isso, a autora defende que notícias, vídeos, memes e outros conteúdos parecem "ressuscitar" vez ou outra nas discussões ou compartilhamentos.

Dessa forma, a efemeridade das publicações no Instagram incentiva uma conversação básica, muito mais relacionada ao ato de compartilhar do que ao de comunicar algo. Também, atribui valor ao que é compartilhado, porque os usuários se preocupam em dar mais atenção às imagens, sendo que elas logo desaparecerão. O que para Jungerson (2013 apud BARROS, 2017, p. 71), pode representar uma antítese à trivialidade das redes sociais, uma vez que os conteúdos temporários são mais subjetivos e significativos.

Isso significa que estamos imersos em um paradoxo entre a natureza do armazenamento da mídia digital e seu caráter instantâneo e cada vez mais efêmero. Segundo Laura de Barros (2017), a mídia digital surge como uma promessa arquivística, associada à sua capacidade de armazenamento. Entretanto, para a autora, há uma notável falta de engajamento mercadológico e popular com o presente, talvez porque os objetivos de mídia atualmente existentes são bastante chatos ou possuem uma vida curta. Portanto, a efemeridade das mídias digitais está nesse encontro constante entre passado e presente.

A velocidade com que novas tecnologias são assimiladas pelas pessoas é proporcional à velocidade com que se tornam invisíveis, tão cotidianas que já não necessitam reflexões profundas. Além disso, a variabilidade, ou maleabilidade, no sentido de que o mesmo conteúdo ou determinada página da web possa, de um dia para o outro, desaparecer, também se mostra um problema aparente aos pesquisadores. (BARROS, 2017, p. 74)

Contudo, a transformação de uma sociedade em rede para uma sociedade digital expandiu a participação do público nas notícias, conferindo uma ambivalente autonomia ao percurso informativo do leitor (LONGHI e PAGOTO, 2021, p. 185). Neste contexto, o leitor deixa de ser um telespectador passivo e passa a compartilhar e comentar notícias a partir de seu entendimento. Portanto, as plataformas digitais criam um ambiente de interferência na mediação da informação na sociedade em rede contemporânea, ao mesmo tempo em que são laboratórios essenciais para o desenvolvimento de desinformação.

De acordo com Giusti e Piras (2021 apud LONGHI e PAGOTO, 2021, p. 185), a desinformação, ou a falta de, é produto da construção de um falso propósito, ao passo que a informação enganosa diz respeito a uma peça de informação incompleta, vaga, enganosa ou ambígua. Ainda que não tenham origem nas plataformas, a desinformação é potencializada nesses ambientes, e pode envolver

discursos de ódio ou de medo, além de influenciar as percepções das pessoas sobre acontecimentos da vida cotidiana.

Graças ao seu algoritmo, o Instagram direciona aos seus usuários notícias de acordo com suas próprias opiniões e comportamentos, "o que vai totalmente contra o princípio jornalístico da imparcialidade e de contar 'todos os lados' de uma história." (BREDA et al., 2021, p. 2). Nesse caso, o *feed* dos usuários não tem critérios jornalísticos como base, mas sim, algoritmos que privilegiam conteúdos de acordo com as preferências dos usuários, uma vez que o Instagram não foi desenvolvido para ser uma plataforma para compartilhamento de notícias.

Para Carr (2010 apud BREDA, et al. 2021, p. 3), essas práticas cada vez mais segmentadas e abundantes de informações fazem com que o público consuma conteúdos sobre diversos temas e assuntos quase que simultaneamente. Neste sentido, os usuários transitam pelas redes sociais muito rapidamente e, às vezes, sem consumir a informação de forma efetiva. Dessa forma, as pessoas perdem a habilidade de se concentrar e de se atentar ao conteúdo oferecido, comprometendo assim, o processo informativo de notícias.

Quando falamos sobre a relação entre comunicação e consumo de informação na era digital, adotamos o termo de Ubiquidade para explicar esse fenômeno. Segundo Pavlik (2014 apud BREDA, et al. 2021, p. 3), em um contexto de comunicação da mídia, a Ubiquidade se apresenta como o acesso simultâneo, instantâneo e global por qualquer usuário à uma rede de informação em tempo real, o que significa que todos podem, não apenas acessar as notícias e entretenimento, mas também "[...] participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global." (PAVLIK 2014, p. 164 apud BREDA, et al. 2021, p. 3). De acordo com o autor, a ubiquidade digital representa uma nova era para o jornalismo, porque a sociedade global está cada vez mais conectada e atenta para produzir e consumir conteúdos a todo momento, redefinindo assim, os preceitos básicos de jornalismo e mídia.

Por um lado, a ubiquidade digital na comunicação influenciou o aumento da carga de notícias produzidas e, por consequência, consumidas; por outro, o fenômeno possibilitou que o público participasse da produção de novos conteúdos (PAVLIK 2014, p. 164 apud BREDA, et al. 2021, p. 3). Apesar de não reconhecer como jornalismo o ato de um cidadão comum e sem formação profissional, Pavlik (2014 apud BREDA, et al. 2021, p. 3) escreve que a Ubiquidade configura uma nova

fase do 'jornalismo cidadão', em que "o próprio público que consome (e também é) a notícia ajuda a produzi-la, apurá-la ou torná-la mais completa com informações pós-fato" (PAVLIK 2014, p. 164 apud BREDA, et al. 2021, p. 3).

Neste contexto, entende-se que o caminho para a comunicação do futuro está sendo pavimentado através das relações, conversas, conexões e identificação entre os conteúdos e os usuários das redes sociais. Max Willens (2018 apud BREDA, et al. 2021 p. 6) escreve que com o tempo, o público deixou de ser passivo e se tornou ativo na comunicação, o que demanda interação por parte dos criadores de conteúdo. Neste sentido, a conexão e a interação que as redes sociais trouxeram para o cotidiano dos usuários tem impacto direto na cultura do consumo de informação.

Diante desta análise, é preciso reconhecer que a efemeridade dos conteúdos nas redes sociais provoca o esvaziamento de pautas importantes para a sociedade. Não somente porque os assuntos são apresentados de forma rasa, dado o formato das publicações e também das plataformas, mas também porque os usuários são expostos a uma quantidade alarmante de informações incessantemente. E então, são forçados a lidar com um sentimento de sufocamento diante da necessidade de sempre estar antenado e informado sobre todos os acontecimentos de nossa sociedade. Desta forma, toda notícia é surpreendente no momento em que é informada, contudo, certamente será rapidamente suprida por uma novidade que aparecerá minutos depois e que, talvez, seja mais interessante.

E é por isso que esse trabalho se propõe a discutir como os perfis informais de notícias nas redes sociais têm um papel muito importante na criação de espaços de visibilidade para a carreira de homens agressores. Isso porque, ao transformar qualquer acontecimento em uma notícia de um único post, nos deparamos com o fracasso na cobertura de assuntos que possuem impacto sociopolítico, esvaziando-os de sua profundidade simbólica e transformando-os em um mero conteúdo de fofoca de celebridades.

4 A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA COMO FERRAMENTA DE VISIBILIDADE PARA A CARREIRA DE HOMENS AGRESSORES

4.1 ENTENDA O CASO DE PÂMELLA HOLANDA VS DJ IVIS

Quando iniciou sua carreira há 15 anos atrás, Iverson de Souza Araújo, o DJ Ivis, não imaginava que iria se consolidar como um dos maiores expoentes do forró nordestino ou que seria considerado como um dos artistas responsáveis por popularizar a pisadinha em todo o Brasil, sendo peça fundamental no processo de eletrificação do ritmo nordestino. Nascido na Paraíba, mas radicado no estado Ceará, Ivis é cantor e compositor, além de ser o produtor musical de grandes sucessos nas vozes de Xand Avião, Zé Vaqueiro, Barões da Pisadinha e outros importantes nomes da cena musical brasileira.

Em maio de 2021, DJ Ivis emplacou três lançamentos na playlist Top Global do Spotify, que reúne as músicas mais ouvidas pelos usuários da maior plataforma de *streaming* da atualidade. Na época, a canção "Volta Bebê, Volta Neném" ocupava a 50ª posição com mais de 1,3 milhão de reproduções; "Não Pode Se Apaixonar", sua parceria com Xand Avião, esteve em 178ª lugar com mais de 700 mil reproduções; e "Esquema Preferido", com Tarcísio do Acordeon, marcou a 197ª posição com mais de 673 mil reproduções. No fim do primeiro semestre de 2021, DJ Ivis esteve entre os artistas brasileiros mais ouvidos do Spotify, ocupando o 5º lugar no ranking, ao somar quase 8 milhões de ouvintes mensais, ficando atrás somente de nomes como Gustavo Lima, Wesley Safadão e Marília Mendonça.

Nas redes sociais e em suas canções, Ivis demonstrava ser um homem trabalhador, religioso e apaixonado por sua família. Desde 2019, estava em um relacionamento com a arquiteta Pâmella Holanda, com quem tem uma filha de 1 ano de idade. Pâmella e Ivis se conheceram pela internet em 2018, começaram a namorar no ano seguinte e, em janeiro de 2020, foram morar juntos. Ela, então, descobriu que estava grávida, mas não pôde viver essa alegria plenamente. Por trás das máscaras, Pâmella encontrou um homem violento, agressivo e descontrolado.

Em uma entrevista exclusiva para o Fantástico, na TV Globo¹⁶, Pâmella relatou que assim que começaram a morar juntos, o músico passou a agredi-la verbalmente com palavrões e grosserias. A primeira agressão física, no entanto, aconteceu quando estava grávida de cinco meses, quando o DJ a pegou pelo pescoço e a arrastou pelo corredor até a sala do apartamento que dividiam em Fortaleza.

Em dezembro de 2020, dois meses após o nascimento da filha do ex-casal, Ivis agrediu Pâmella com socos, puxões de cabelo e empurrões, além de acertá-la com uma camiseta por diversas vezes. A arquiteta conta que a briga foi iniciada porque o DJ não queria que ela amamentasse sua filha, dado que, na época ela havia sido diagnosticada com COVID-19, e Ivis acreditava que poderia ser um ato contagioso para o bebê. Pâmella recorda que tentou explicar que os médicos a orientaram a dar continuidade no processo de aleitamento materno, mas Ivis ignorou suas explicações e continuou a agredi-la. Diversas das vezes em que avança para cima de Pâmella para acertá-la, Ivis esbarra no carrinho de bebê que carrega a filha do ex-casal.

Em fevereiro de 2021, outra briga. Desta vez, Pâmella inicia uma discussão acalorada com o DJ, porque ele havia mostrado suas fotos íntimas para um de seus funcionários. Ivis reage à repreensão com tapas, socos, chutes e puxões no cabelo da vítima. Pâmella ainda tenta revidar as agressões, mas o DJ se esquia e a segura pelos braços. Depois que a arquiteta vira as costas, Ivis se aproxima novamente e volta a agredi-la. Diante da força dos golpes aplicados, Pâmella cai no chão sem conseguir respirar. Infelizmente, essa não foi a última vez.

Em julho de 2021, aconteceu o que Pâmella considera ser o pior episódio de agressão durante todo o relacionamento. Em uma noite após o DJ voltar de uma viagem à trabalho, Pâmella ensaia uma aproximação para conversar sobre a desconfiança de uma suposta traição extraconjugal. Ivis se irrita com os questionamentos e parte para agredi-la. A vítima conta que o DJ começou a socá-la nas costas, a dar chutes e pontapés nas suas pernas e que, na confusão, seu cotovelo acertou em cheio o seu olho esquerdo, deixando-o inchado. No dia

¹⁶ Pâmella Holanda relata agressões de DJ Ivis: 'Pegou uma faca na gaveta da cozinha. A funcionária segurou o braço dele. Fantástico, G1. São Paulo, 18 de julho de 2021. Disponível em <<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/07/18/Pâmella-holanda-relata-agressoes-de-dj-ivis-pegou-uma-faca-na-gaveta-da-cozinha-a-funcionaria-dele-segurou-o-braco-dele.ghtml>>. Acesso em 1 de nov. de 2021

seguinte, o músico reinicia a discussão com Pâmella na cozinha e, desta vez, pega uma faca para ameaçá-la. Quem a defende é a governanta da casa, que retira a arma da mão de Ivis. Com medo, Pâmella corre para a portaria do condomínio onde pede para que algum funcionário ligue para a Polícia Civil, pois ela estava sem telefone. O pedido não foi atendido. Desesperada, ela pede para uma vizinha, que liga para o 190 e pede por patrulhamento. Segundo Pâmella, os policiais entraram na residência, conversaram com ela e com Ivis, mas indicaram que o ex-casal fosse à delegacia para prestar depoimento e registrar uma denúncia formal. Assim o fizeram. Ivis foi ouvido, mas não admitiu que havia agredido a ex-companheira. Com medo de sofrer novas agressões, caso o músico não fosse preso, Pâmella escolheu deixar a delegacia sem prestar depoimento. E, com isso, não houve flagrante do crime. Dias depois, encorajada por seu advogado, Pâmella retorna à delegacia para testemunhar contra Ivis e registrar um boletim de ocorrência contra o seu agressor, no dia 3 de julho de 2021. Entre as solicitações, Pâmella pedia por uma medida protetiva urgente contra Ivis, que impedia que o músico chegasse próximo à vítima ou à filha do ex-casal.

Em um ato de coragem, Pâmella Holanda decidiu encerrar um ciclo de silêncio sobre a violência que sofreu dentro de sua própria casa e compartilhou as gravações das câmeras de vigilância do apartamento que dividia com DJ Ivis em stories de seu Instagram pessoal, na manhã do dia 11 de julho¹⁷. Também, divulgou fotos dos hematomas e machucados que foram impressos em seu corpo pelas mãos do seu ex-companheiro.

As cenas documentadas também foram entregues à polícia e serviram como endosso ao testemunho que a vítima havia concedido à polícia anteriormente. Com as provas registradas, a polícia pôde emitir o mandado de prisão preventiva de Ivis. No dia 14 de julho de 2021, Ivis foi preso no município de Eusébio, no Ceará.

Contudo, ao mesmo tempo em que a exposição de Pâmella Holanda serviu como um alerta sobre o silêncio das vítimas de violência doméstica no país, esse episódio também nos confirma que é preciso muito mais do que uma viralização negativa na mídia para acabar com a carreira de um homem agressor no Brasil.

¹⁷ VIDEO DJ Ivis batendo na sua mulher Pâmella Holanda. Youtube, 11 de julho de 2021. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=luh2Q83BFq8>>. Acesso em 1 de nov. de 2021.

4.2 A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER COMO ESPETÁCULO DE CONSUMO

Ao publicar as imagens e os vídeos em seu perfil no Instagram, Pâmella Holanda abriu as portas para que todo o Brasil conhecesse a realidade do seu relacionamento. Infelizmente, esse movimento também permitiu que muitas pessoas se sentissem no direito de opinar sobre a sua vida e suas escolhas. Isso porque o perfil de Pâmella era aberto ao público e, por isso, qualquer usuário do Instagram tinha acesso ao conteúdo. Sendo assim, as imagens e vídeos publicados foram vistos e revistos diversas vezes. Não só pelos fãs e seguidores da influenciadora, mas também por milhares de pessoas que surgiram em seu perfil apenas para acompanhar o desenrolar da denúncia.

Figura 1 - Story no perfil de Pâmella Holanda



Fonte: Reprodução/Instagram

As imagens e vídeos publicados obviamente são chocantes. Assim como relatado por Pâmella em sua entrevista para o Fantástico, é possível assistir os socos, chutes e puxões que DJ Ivis desferiu em sua ex-parceira. Além dessas filmagens, a influenciadora também compartilhou uma sequência de registros dos arranhões e hematomas que Ivis deixou em seu corpo. Anteriormente, essas

imagens haviam sido apresentadas à Polícia Civil e serviram como provas do crime cometido pelo músico.

Figura 2 - Story no perfil de Pâmella Holanda



Fonte: Reprodução/Instagram

Para Pâmella, as publicações talvez tenham sido a única forma de se libertar, de uma vez por todas, do abuso físico e psicológico ao qual era submetida por seu companheiro; para os seus fãs e seguidores, um pedido de socorro; e para as páginas de notícias e fofocas no Instagram, a oportunidade ideal para garantir os bons números de engajamento daquela semana.

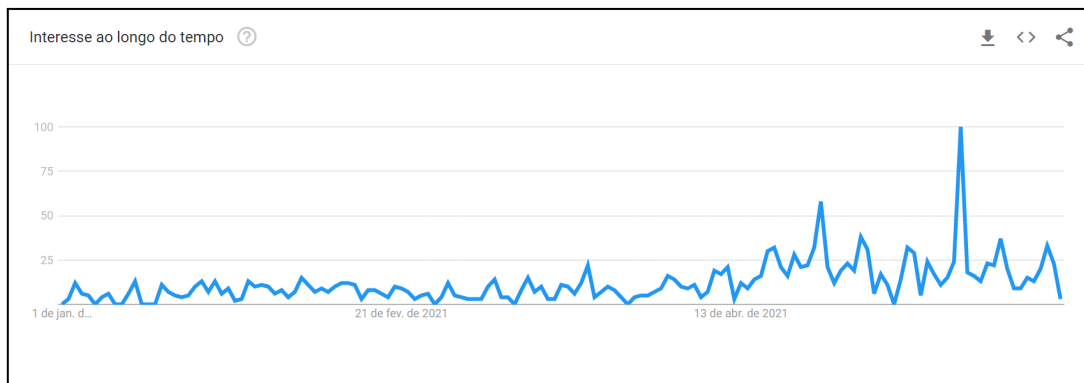
Em uma breve pesquisa comparativa no Google Trends¹⁸, conseguimos analisar que antes da ocorrência — entre os meses de janeiro a abril —, os nomes de Pâmella e Ivis apareciam em média frequência nas pesquisas dos brasileiros.

No caso de DJ Ivis, as buscas por seu nome estavam relacionadas à procura pelas canções que lançou em parceria com outros músicos brasileiros, além de

¹⁸ Google Trends é uma ferramenta do Google que mostra os mais populares termos buscados em um passado recente. A ferramenta apresenta gráficos com a frequência em que um termo particular é procurado em várias regiões do mundo, e em vários idiomas. Acesse a ferramenta [nesse link](#).

pesquisas sobre sua relação com outros grandes nomes da música, como Gustavo Lima e Wesley Safadão. O maior pico de procura do seu nome aconteceu no dia 25 de abril, quando participou do programa A Hora do Faro, da Rede Record.

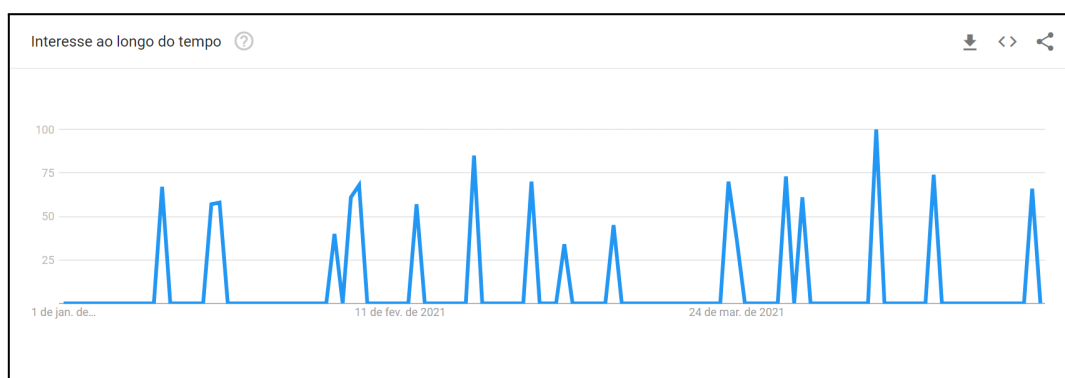
Figura 3 - Buscas pelo termo 'DJ Ivis' entre os meses janeiro a abril de 2021



Fonte: Google Trends, 2021.

Por outro lado, o termo Pâmella Holanda foi pesquisado com frequência durante os meses que antecedem a denúncia. Entretanto, o Google Trends informa que não possui dados o suficiente para analisar quais foram os assuntos relacionados às pesquisas, o que indica que estas não possuíam um padrão. Muito provavelmente, as buscas por Pâmella Holanda estavam associadas às aparições da influenciadora com o DJ Ivis, dado que antes do relacionamento com o músico, Pâmella não era uma figura pública.

Figura 4 - Buscas pelo termo 'Pâmella Holanda' entre os meses de janeiro a abril de 2021



Fonte: Google Trends, 2021.

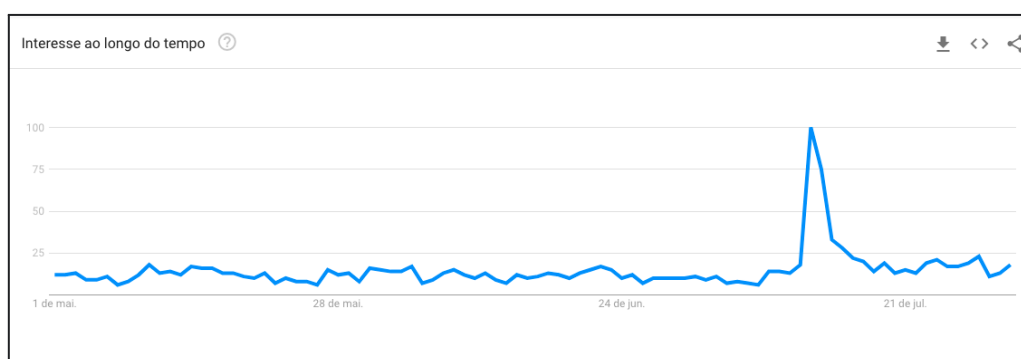
Assim que Pâmella Holanda publicou os vídeos em seu Instagram, o assunto se tornou um dos mais comentados nas redes sociais e, rapidamente, os principais

veículos de comunicação do país se movimentaram para apurar o caso. Nos gráficos a seguir, conseguimos analisar que o pico de procura pelos nomes das duas personalidades acontece em 12 de julho de 2021, um dia após a exposição dos vídeos incriminatórios no perfil de Pâmella.

Segundo o Google Trends, as principais pesquisas com o nome DJ Ivis estavam relacionadas às seguintes frases: “mulher dj ivis”, “instagram dj ivis”, “pamela dj ivis” e “mulher do dj ivis”, enquanto os principais assuntos nas pesquisas eram “esposa”, “agressão” “violência” e “preso”. Além disso, os usuários também pesquisaram por algumas canções de Ivis que estavam entre as mais ouvidas na época: Galega, em parceria com o sertanejo Zé Felipe; e Probleminha, cantada com a dupla de forró Barões da Pisadinha.

O interessante é notar que, comparada ao período da denúncia, o nome do DJ Ivis não foi um dos objetos de pesquisa entre os brasileiros nos meses de maio e junho, assim como mostra a figura 5. Para o Google Trends, o aumento na frequência de buscas pelo termo DJ Ivis foi repentina.

Figura 5 - Buscas pelo termo 'DJ Ivis' entre os meses de maio a julho de 2021



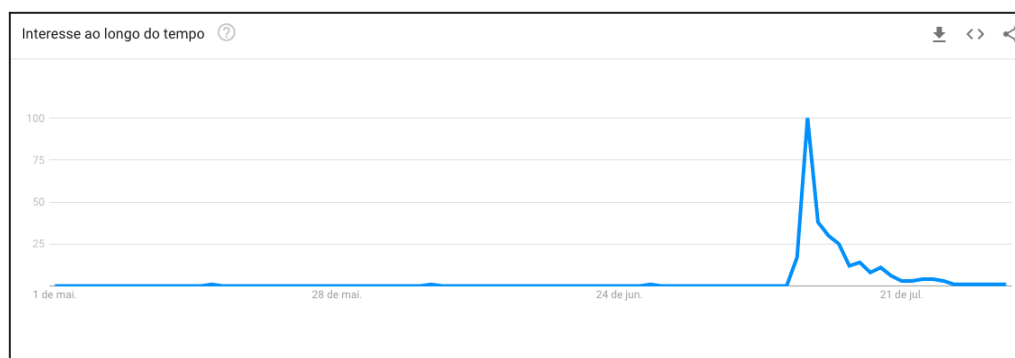
Fonte: Google Trends, 2021.

Para as buscas do termo Pâmella Holanda, no entanto, as pesquisas estavam relacionadas à “dj ivis pamella holanda”, “instagram pamella holanda”, “dj ivis instagram” e “video pamella holanda”, ao passo que os principais assuntos das pesquisas eram “dj ivis”, “esposa” e “agressão”. Nesse caso, as pesquisas relacionadas indicam que os usuários, que muito provavelmente haviam se informado por outros canais, que não o Instagram, estavam procurando os links dos perfis para acessarem os conteúdos na íntegra. Os que procuravam pelo perfil de Pâmella, certamente, desejavam conferir os vídeos que a influenciadora havia

publicado em seu perfil pessoal. Já os que procuravam o do DJ, tinham como objetivo checar se o músico havia se pronunciado em seu perfil no Instagram.

Como a influenciadora não é um termo buscado com frequência na plataforma, o Google Trends identificou que houve um aumento repentino de buscas pelo nome Pâmella Holanda, como podemos visualizar no figura 6.

Figura 6 - Buscas pelo termo 'Pâmella Holanda' entre os meses de maio a julho de 2021



Fonte: Google Trends, 2021.

À época da denúncia, o maior fluxo de informações sobre o episódio foi ordenado pelos perfis informais de notícias no Instagram. Neste caso, consideramos informal todo perfil que não está associado a qualquer veículo de imprensa e que, por isso, relata os acontecimentos sem qualquer compromisso ético com a verdade ou em respeito às partes envolvidas. Também, entendemos que esses perfis se esforçam em compartilhar o maior número possível de notícias e, justamente pelo volume de publicações, não possuem nenhuma preocupação com a qualidade do que é informado, muito menos, com os possíveis desdobramentos do que é compartilhado com o público.

De acordo com Luciana Roxo (2017), as redes sociais se estabeleceram como um ambiente destinado à práticas comunicacionais e interacionais. Mesmo se apropriando de formatos existentes, a nova mídia trouxe mudanças significativas, no que diz respeito à ampliação na forma de emissão e circulação de informações, que se sustenta em dois pilares complementares. O primeiro, é a democratização e o fim da mediação das informações por uma organização privada. O outro, é a agilidade na circulação de informações associada à amplitude ilimitada que esta difusão pode atingir (ROXO, 2017, p. 2).

Na contemporaneidade, qualquer membro de uma rede social pode assumir o papel público de emissor. Os atores sociais sempre foram emissores de informações em suas interações, mas aqui estamos tratando de uma

emissão pública e de grande alcance. Anteriormente à Internet, esta emissão era restrita aos veículos de comunicação tradicionais - de grande alcance e legitimados para tal - e alternativos - com alcance menor, como rádios comunitárias, jornais de organizações, manifestos, entre outros. (ROXO, 2016, p. 2)

Ainda, a autora complementa que, nesse cenário, os indivíduos comuns deixaram de ser consumidores passivos e se tornaram produtores de conteúdo. E reforça que, no ambiente comunicacional e interacional da Internet, o poder econômico controla apenas a infra-estrutura da conexão, mas não é capaz de “controlar os fluxos de informação; não consegue determinar as audiências e nem impedir o surgimento de portais e sites independentes e desvinculados do poder político e econômico.” (ROXO, 2017, p. 2)

O perfil Central da Fama, por exemplo, que hoje¹⁹ soma mais de 5,1 milhões de seguidores e acumula uma média de 64 mil likes e 1.700 comentários²⁰ por publicação é um portal independente que faz a cobertura das principais notícias de celebridades nacionais e internacionais e impulsiona a difusão de informações no Instagram. Ao cobrir a denúncia de Pâmella Holanda, o perfil expôs o rosto da vítima e noticiou o episódio sem se atentar a compartilhar detalhes expressivos sobre o acontecimento ou alertar que o assunto era sensível e que poderia ser um gatilho para a audiência.

Figura 7 - Post no perfil Central da Fama sobre a denúncia de Pâmella Holanda



Fonte: Reprodução/Instagram

¹⁹ Dados de outubro de 2022.

²⁰ Segundo o Upfluence, plataforma que analisa insights de páginas no Instagram, o perfil Central da Fama acumula uma média de engajamento de 1,28% com a sua base de seguidores.

Segundo Azevedo (2021), certos temas ganham notoriedade em decorrência da visibilidade midiática alcançada pela ação orquestrada de atores sociais. Esse processo, o qual o ator chama de insuflação artificial, é pouco transparente, porque o objetivo desse tipo de publicação é garantir que o perfil citado se mantenha atualizado para a sua base de seguidores, a fim de se posicionar como uma fonte de notícias na plataforma, reverberar o seu trabalho nas redes sociais, e então, firmar interesses negociais, mercadológicos ou políticos.

Esse processo transforma questões completas em reduções irônicas ou cômicas de situações, carregando uma informação essencial desvinculada de racionalizações ou contextualizações, mas plena de estereótipos que são facilmente decodificados e absorvidos pelos receptores. (AZEVEDO, 2021. p. 13)

Os comentários da publicação, assim como solicitado na legenda, estão repletos de corações. Além destes, alguns seguidores, principalmente mulheres, deixaram comentários sensíveis à Pâmella com desejos de melhoras, de força e exigindo que a justiça seja feita. Para os usuários, comentar a publicação, mesmo que de maneira superficial, é um modo de se posicionar, perante à sociedade, contra o crime.

Em uma rede social aberta como o Instagram, o comentário é uma forma de garantir visibilidade e assegurar a reputação de quem comenta, mesmo diante de centenas de desconhecidos. O envolvimento dos usuários nas publicações faz com que as redes sociais na Internet constituam e consumam capital social, argumenta Luciana Roxo (2017). Para a autora, o capital social é produzido através de ações de cooperação e competição entre as pessoas.

O capital social relacionado à circulação de informações está também conectado com as formas através das quais essa informação se difunde nas redes e, portanto, com as ações indivíduos que podem repassar determinadas informações e outras não. Assim, a informação em si não é o valor, mas o acesso à mesma e o seu conteúdo o são. (RECUERO; ZAGO, 2011 apud ROXO, 2017, p.5)

No caso da publicação do perfil Central da Fama, é perceptível que não houve preocupação em apurar a notícia antes de informá-la à sua base de influenciadores e, muito menos, de tratar a denúncia com a sensibilidade necessária, uma vez que o perfil escolheu expor o rosto da vítima. Por isso, é preciso questionar o serviço que esses perfis prestam à população, afinal, de que forma um emoji de coração poderia ajudar Pâmella ou as milhares de vítimas de violência doméstica a se sentirem acolhidas ou empoderadas para denunciarem

seus parceiros? Além do mais, se o perfil Central da Fama se compromete a ser um canal de notícias sobre celebridades, como ele o faz se o post não apresenta informações concretas sobre a notícia, tornando essa publicação uma explicação muito simplória perto da dimensão da situação que foi comunicada.

Mas, dentre tantas ocorrências de violência contra a mulher, porque o caso de Pâmella Holanda e DJ Ivis ganha tanta visibilidade? Segundo Silva Neto (2015), os indivíduos denominados celebridades são constantemente “coisificados” e, por isso, também estão aptos a serem consumidos pelos usuários das redes sociais como se suas vidas estivessem à venda. Ao transformarem as suas vidas em espetáculo, essas celebridades se tornam produtos de alto valor para as páginas da internet que tratam sobre fofocas e boatos.

No Brasil existe um tipo bem curioso de profissionais denominados de *personalidade da mídia*, embora eventualmente se transmutem em artistas de todos os gêneros ou apresentadores de programas, não fica muito claro o motivo de terem se destacado em um primeiro momento. São indivíduos que ganham a vida dando entrevistas, posando para fotos e fazendo *presença VIP* em festas. (SILVA NETO, 2015, p. 17)

E para usuários, é interessante poder consumir notícias sobre a vida privada de personalidades que nutrem qualquer tipo de sentimento, seja positivo ou não. E graças às redes sociais, o público tem a oportunidade de reagir a todos os acontecimentos que envolvem celebridades com extremo interesse, sem deixar de curtir, comentar, compartilhar ou, até mesmo, defender suas personalidades favoritas quando é necessário. E são essas numerosas interações que fazem com que as páginas de fofoca se destaquem entre outros perfis de notícias nas redes sociais.

Por outro lado, o perfil Subcelebrities²¹, que atualmente possui 4,1 milhões de seguidores²², uma média de 39 mil likes e quase mil comentários por publicação, publicou a notícia avisando a sua audiência que o conteúdo poderia despertar gatilhos nos leitores. Apesar de ser uma publicação mais completa do que o perfil Central da Fama, dado que o post descreve alguns detalhes da ocorrência, a página afirma que não irá compartilhar os vídeos de denúncia, mas informa que o conteúdo ainda está disponível no perfil de Pâmella Holanda, caso os usuários desejem verificar. Além disso, o perfil marca os perfis da vítima e do agressor na imagem da

²¹ Segundo o Upfluence, plataforma que analisa insights de páginas no Instagram, o perfil Subcelebrities possui uma média de engajamento de 0,93% com a sua base de seguidores.

²² Dados de outubro de 2022.

publicação e adiciona o print de um dos vídeos da denúncia de Pâmella à foto, a fim de captar a atenção dos seus seguidores.

Figura 8 - Post no perfil Subcelebrities sobre a denúncia de Pâmella Holanda



Fonte: Reprodução/Instagram

Nessa publicação, no entanto, o destaque está na construção da imagem que foi divulgada. Nela, Pâmella Holanda é apenas a esposa do DJ Ivis. De que adianta expor o rosto da vítima, mas nomeá-la somente através de sua função social no relacionamento ou de uma marcação no post? Percebe-se, então, que apesar de toda a relevância da denúncia de Pâmella, o valor da notícia está em Ivis, afinal, ele é a celebridade. Seu nome é a informação que tem valor para atrair os seguidores e suas interações para a publicação.

Isso porque, segundo Silva Neto (2015), a Sociedade do Consumo transforma qualquer coisa em produtos que podem ser vendidos, principalmente graças à influência dos meios de comunicação, que provocam “desejos inexprimíveis, gerando novas hierarquias sociais que substituíram as antigas diferenças de classe.” (MAYER apud BAUDRILLARD, 2011, p. 9 apud SILVA NETO, 2015, p. 13) e incentivam o comportamento consumista da sociedade.

Apesar de ser tão antigo quando a sociedade, é na modernidade que o consumo se tornou extremamente importante para a vida dos indivíduos, principalmente porque está ligado diretamente “[...] nossa capacidade de querer, desejar, ansiar por e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes

de fato passou a sustentar a economia do convívio humano.” (BAUMAN, 2008, p. 39 apud SILVA NETO, 2015, p. 15).

Diante desse fenômeno, as celebridades, assim como suas vidas, se tornam produtos que estão à venda. Silva Neto (2015) argumenta que existe interesse da sociedade em consumir notícias sobre a vida privada, tanto dos artistas mais tradicionais, quanto de personalidades da mídia como os influenciadores, por exemplo. E, então, as celebridades transformam suas vidas em espetáculos que são acompanhados, diariamente, por milhões de pessoas. O problema, no entanto, é que, em certo momento, se torna impossível controlar as reações e as expectativas do público sobre os acontecimentos.

Ao ler os comentários da publicação, nos deparamos com diferentes discursos, ainda que curtos. Alguns elogiam a coragem de Pâmella em denunciar o seu agressor. Outros, inflamam palavras de ódio contra Ivis e exigem que o caso ganhe a atenção devida e que o músico seja incriminado. Alguns comentários, principalmente de homens, afirmam que acreditam na inocência do DJ e criticam a hipocrisia dos outros perfis em acusarem o músico, sendo que consomem as músicas que foram produzidas pelo artista. Uns ainda pedem que as pessoas deixem de seguir Ivis e passem a seguir Pâmella em forma de protesto.

Para os perfis de fofoca, notícias sobre os escândalos na vida das celebridades valem ouro. Afinal, poder mergulhar na intimidade dos casais e das famílias mais ricas do país é um convite encantador para os usuários das redes sociais e é o interesse popular por essas notícias que irá garantir o engajamento nas páginas dos perfis informais. Contudo, para Silva Neto (2015), a extrema aceleração do ritmo com o qual as notícias são passadas e a superficialidade das informações são marcas dos veículos que lucram através da sensacionalização da violência, da dor e do desespero da sociedade.

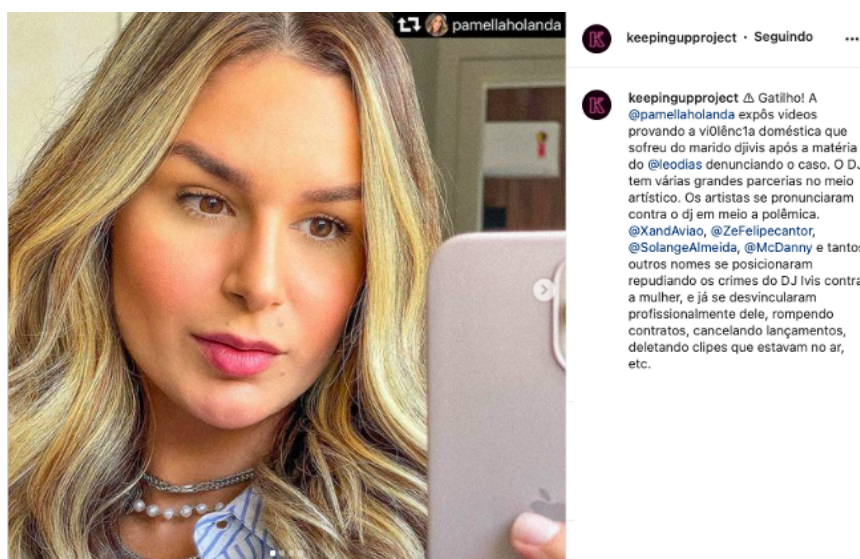
Ainda, o autor reforça que a grande quantidade de informação trabalhada de maneira superficial pelos meios de comunicação não sacia a vontade de consumir do telespectador. E, por isso, “[...] a ele é oferecido um número cada vez maior de notícias de pouca, ou nenhuma, profundidade, seguindo assim o infundável ciclo da desinformação.” (SILVA NETO, 2015, p. 22). Dado que, para o sucesso de visibilidade para os meios de comunicação, é fundamental que o indivíduo tenha a ilusão de que está bem informado.

O indivíduo, além de dever se reciclar a todo momento em relação aos seus bens de consumo, precisa também reciclar seus conhecimentos sobre o que ocorre de mais interessante na sociedade; segundo a mídia sensacionalista, são os acontecimentos violentos. (SILVA NETO, 2015, p. 21)

Sendo assim, para os usuários das redes sociais, comentar em publicações desse gênero é uma forma de se posicionar e reforçar o sentimento de que são verdadeiros cidadãos, não só porque estão se informando sobre os principais acontecimentos da sociedade, mas também porque demonstram e reafirmam sua indignação contra episódios violentos. Para os perfis informais de notícias, no entanto, o conteúdo dos comentários não é importante. Qualquer reação, seja positiva ou negativa, se transforma em engajamento e, posteriormente, em ganhos financeiros para os administradores dessas páginas. Afinal, as empresas estão interessadas em garantir acordos de publicidade com páginas que possuem um alcance significativo nas redes sociais.

O perfil Keeping Up Project, por sua vez, ofereceu mais detalhes aos seus seguidores, apesar de expor o rosto da vítima na primeira foto do carrossel de imagens da publicação. A conta, que é fechada e restringe o acesso às suas publicações, possui apenas 211 mil seguidores²³ com uma média de 6.300 likes e 260 comentários²⁴ por publicação.

Figura 9 - Post no perfil Keeping Up Project sobre a denúncia de Pâmella Holanda



Fonte: Reprodução/Instagram

²³ Dados de outubro de 2022.

²⁴ Segundo o Upfluence, plataforma que analisa insights de páginas no Instagram, o perfil Keeping Up Project acumula uma média de engajamento de 3,08% com a sua base de seguidores.

Silva Neto (2015) escreve que, atualmente, a sociedade consome a violência midiática como se estivesse consumindo qualquer outro produto e que “[...] na conjuntura da cultura do consumo, a vida é encarada como um grande negócio mercadológico, em que tudo é comercializado. O importante é vender ‘bem’ seja lá o que for.” (CASTRO, V., 2006, p. 113 apud SILVA NETO, 2015, p. 20). E assim como tratamos os produtos como feitos para durar por pouco tempo,

[...] percebe-se que a produção de informações descartáveis (que em um momento são dadas como verdades absolutas e, no seguinte, corrigidas, ou simplesmente, e com mais frequência, apenas esquecidas) também é uma constante. (SILVA NETO, 2015, p. 20)

Afinal, a denúncia de Pâmella Holanda já caiu no esquecimento. Desde então, seu rosto não voltou a estampar as publicações das páginas de fofoca. O de DJ Ivis, no entanto, sempre aparece para anunciar alguma música nova ou qualquer conquista em sua carreira musical. Até porque, se tratando de consumo de informações nas redes sociais, a atenção dos usuários às notícias é momentânea. De acordo com Silva Neto (2015), a curta duração das coisas e o seu desaparecimento predeterminado é uma das características da Modernidade Líquida, termo cunhado pelo sociólogo Bauman (2007).

[...] é a fugacidade, a descartabilidade, a fluidez. Tudo é líquido, tudo tem curto prazo de validade: relacionamentos, sejam estes profissionais, pessoais ou amorosos; estilos de ser, agir e pensar; e, como não poderia deixar de ser, bens de consumo. (SILVA NETO, 2015, p.16)

A questão é que o entretenimento a qualquer custo está moldando o modo como vive a sociedade contemporânea. Isso porque a cobertura da denúncia de Pâmella Holanda por parte dos perfis informais de notícia se torna um material de entretenimento para os seguidores das páginas que passam a atualizar o aplicativo constantemente em busca de novidades sobre o ocorrido. E quando não a encontram, visitam os perfis da vítima e do agressor em busca de novas informações que ajudem a fechar o ciclo dessa notícia. E, então, o que era notícia se torna fofoca e, depois, um espetáculo para os olhos dos telespectadores.

Não é exagero afirmar que a sociedade contemporânea está imersa em uma realidade espetacularizada devido a lógica do entretenimento que tomou conta de todas as áreas da vida moderna. Inclusive, a vida privada do indivíduo comum é espetacularizada pelo próprio, por meio da superexposição nas redes sociais virtuais (SILVA NETO, 2015, p. 20).

Na concepção de Guy Debord (2003), a vida se tornou representação e pura ilusão, e as relações sociais passaram a ser mediadas por imagens e, portanto, vazias de autenticidade. O espetáculo não faz distinção entre sujeito e a imagem e, por isso, personalidades são rotulados como celebridades e tem suas vidas expostas por conta disso. Já para Silva Neto (2015), a Sociedade do Espetáculo alimenta o fetichismo pela fama, pela imagem e pelo indivíduo-celebridade, independente do motivo. Ainda, não só as celebridades sofrem a espetacularização, mas a maneira como as notícias são informadas também. E é por isso que, cotidianamente, acompanhamos episódios que exploram tragédias, celebram a violência e que transformam notícia em entretenimento.

A violência, infelizmente, entra nos lares a todos os momentos e, aqui, a mídia tem um papel importante ao oferecer material suficiente para modelar o pensamento e o comportamento dos indivíduos. Contudo, é importante ter em mente que a sociedade contemporânea está exposta por completo ao sofisticado espetáculo midiático, à publicidade e aos apelos do consumismo (SILVA NETO, 2015, p.32), que tenta alienar, manipular e dominar o maior número possível de pessoas.

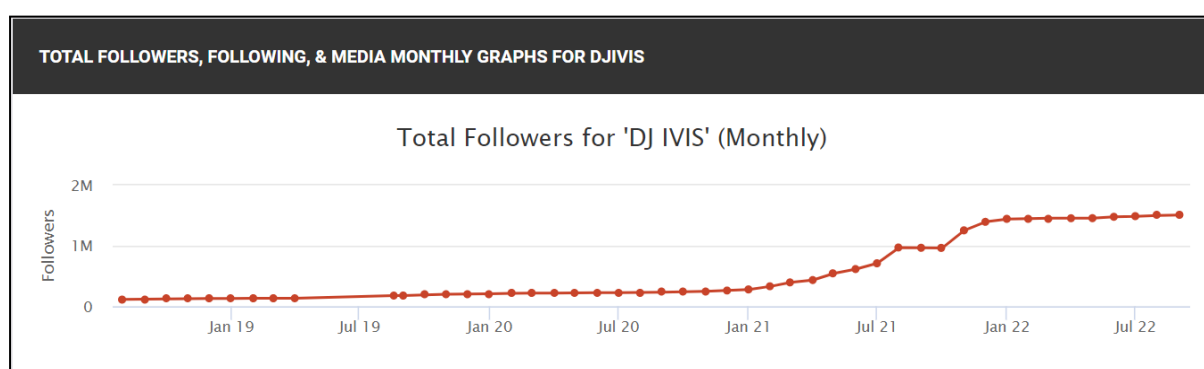
A cultura da mídia promove espetáculos cada vez mais sofisticados para conquistar audiências e aumentar o poder e o lucro da indústria cultural. As formas de entretenimento permeiam notícias e dados, e uma cultura de *infoentretenimento tabloidizada* está cada vez mais popular. (KELLNER, 2006, p. 119 apud SILVA NETO, 2015, p; 32)

Ao analisarmos a curva de crescimento do número de seguidores dos dois perfis, conseguimos ter uma breve ideia do impacto da denúncia de Pâmella Holanda e do poder de alienação que o discurso da mídia possui sobre a sociedade. Segundo o Not Just Analytics²⁵, no dia 09 de julho, Pâmella tinha 459 mil seguidores em seu perfil no Instagram. Em 12 de julho, um dia após publicar as imagens e os vídeos das agressões que sofreu em seus stories, a influenciadora alcançou a marca de 2.7 milhões de seguidores. No dia 14, 3.2 milhões de usuários seguiam Pâmella Holanda sob o discurso de apoio à influenciadora, quando, na realidade, o objetivo principal é satisfazer sua própria curiosidade em saber mais detalhes sobre a ocorrência.

²⁵ O Not Just Analytics é um software que analisa métricas dos perfis no Instagram. A ferramenta é muito utilizada por empresas que estudam o comportamento dos usuários na rede social para desenvolver estratégias publicitárias. Você pode acessar o site [nesse link](#).

Enquanto muitos usuários escreviam comentários de apoio nas publicações da influenciadora, outros perseguiram DJ Ivis e cobravam por algum posicionamento do músico. E, apesar de muitos repudiarem o ocorrido, os números mostram que DJ Ivis não caiu no desgosto do público nas redes sociais. Contrariando as expectativas, o músico cresceu expressivamente nas redes sociais desde a denúncia de sua ex-companheira. Segundo o Social Blade²⁶, em janeiro de 2021, o DJ somava 279 mil seguidores em seu Instagram. Assim como mostra a figura 11, após a denúncia de Pâmella Holanda, o músico alcançou uma curva de crescimento surpreendente, somando mais de 830 mil seguidores. E, surpreendentemente, esse número não parou de crescer. Em agosto, DJ Ivis somou 971 mil seguidores. E em novembro do mesmo ano, 1.2 milhão de seguidores. Atualmente²⁷, o músico possui 1.5 milhão de seguidores no Instagram.

.Figura 11 - Número total de seguidores no perfil de DJ Ivis no Instagram



Fonte: Social Blade, 2022

No entanto, é difícil prever a origem desses seguidores. Muito provavelmente, grande parte deles são apenas curiosos que querem saber mais detalhes sobre o ocorrido. Outros, julgadores que aguardavam o posicionamento do músico para demonstrarem a sua repulsa contra a ocorrência. E por fim, usuários que se identificam com o comportamento de Ivis e que entendem que seguir o músico é uma forma de demonstração de apoio.

O fato é que, horas depois que os vídeos foram compartilhados nos stories de Pâmella Holanda, o DJ apareceu em seu perfil no Instagram acusando a vítima.

²⁶ O Social Blade é um software que analisa métricas dos perfis nas redes sociais. A ferramenta é utilizada por profissionais da área de marketing para análise da performance dos perfis nas plataformas de mídia. Você pode acessar o site [nesse link](#).

²⁷ Dados de novembro de 2022.

Segundo ele, a exposição de Pâmella era uma tentativa de chantageá-lo²⁸. Ao tentar desqualificar a vítima, Ivis esperava que os seus simpatizantes lhe dessem a razão ao relevar a gravidade da denúncia de Pâmella. Em seus stories no Instagram, Ivis se apresentou com um discurso de vitimização do agressor, alegando que era humano e que todos cometem erros.

Em sua análise, Silva Neto (2015), discorre que os programas popularescos são responsáveis por criar narrativas de simulação da realidade e fazem com que a audiência, não só acredite em tudo o que é exibido, como também recontem os discursos do medo em seu ciclo pessoal de amigos, familiares e colegas de trabalho. Além disso, o autor avalia que, na maioria das vezes, a população também reproduz os discursos de ódio e as visões simplistas e equivocadas sobre o fenômeno da violência. Sendo assim, não seria equivocado afirmar que a forma como DJ Ivis descredibiliza a vítima somado ao grande número de usuários que se identificam com sua postura e o defendem nas redes sociais é uma demonstração interessante sobre como a sociedade brasileira entende o crime de violência de violência doméstica e o lugar da mulher na sociedade.

Figura 10 - DJ Ivis se pronuncia em seu Instagram

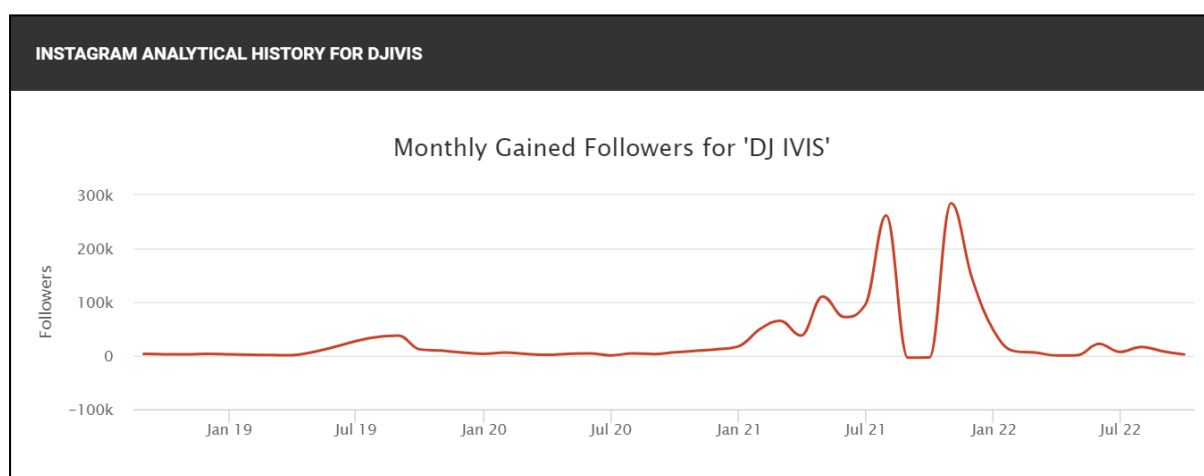


Fonte: Reprodução/Instagram

²⁸ Em seu perfil no Instagram, DJ Ivis acusa Pâmella Holanda de tentar chantageá-lo com a publicação dos vídeos. Além disso, o músico tenta desqualificar a vítima e compartilha vídeos de outros episódios de discussão do casal. Assista o vídeo, [clikando aqui](#).

Assim como apresenta o gráfico da figura 12, o perfil de DJ Ivis no Instagram não apresentou um ganho significativo de seguidores nos meses que antecedem a denúncia de Pâmella Holanda. Contudo, no mês de julho de 2021, o músico ganhou mais de 261 mil seguidores, um dos maiores picos de popularidade em seu perfil. Nem mesmo o encerramento do contrato do músico com a Sony Music²⁹ ou a prisão do músico no Ceará foram episódios chocantes o suficiente para barrar o crescimento do número de seguidores no perfil, já que nos meses de agosto e outubro, o DJ perdeu somente 6 mil seguidores.

Figura 12 - Ganho mensal de seguidores no perfil de DJ Ivis no Instagram



Fonte: Social Blade, 2022

Como tratado ao longo deste trabalho, o desenvolvimento das tecnologias de informação e de novas formas de comunicação impactaram a estruturação das relações sociais, as interações e, conseqüentemente, o modo de viver de boa parte da população. Sendo assim, foi preciso se adaptar ao surgimento de novas formas de consumo e produção de informação.

Diante desse cenário, as redes sociais têm um papel fundamental na democratização da produção e compartilhamento de conteúdo e “[...] o que antes era produzido e compartilhado por canais de massa e tradicionais, hoje podem ser vistos no ambiente digital.” (CARMO, 2021, p. 9). Contudo, essa não é a única mudança observada. Atualmente, as redes sociais digitais consomem boa parte do

²⁹ Em julho de 2021, a Sony Music encerrou o contrato com DJ Ivis após a denúncia de sua ex-companheira. À época, a gravadora afirmou, em nota, que leva esse tipo de acusação muito a sério e que não toleraria esse tipo de comportamento associado aos artistas de seu elenco.

tempo de seus usuários e motivam tendências mundiais, comportamentos de massa e inflamam o posicionamento da população.

Isto posto, é importante ressaltar que as redes sociais provocam o surgimento de influenciadores digitais. Essas personalidades da mídia ocupam um lugar de destaque e possuem uma legião de fãs que se identificam com os seus gostos, com o seu trabalho e, principalmente, com as suas atitudes. Este último se torna uma grande responsabilidade, uma vez que o influenciador digital tem a capacidade de representar um ideal que a pessoa acredita, uma causa que ela apoia ou por ser quem ela desejaria ser.

Independente do segmento em que o influenciador trabalha, muito de sua vida pessoal é exposta. E, então, surgem as cobranças. Os usuários, por muitas vezes, não aprovam as atitudes ou exigem certos comportamentos das personalidades que acompanham nas redes sociais. Desse modo, a facilidade que leva o influenciador digital ao alcance de muitos seguidores também traz as exigências de representatividade. Uma vez que essa confiança é quebrada, muitos influenciadores sofrem pelo cancelamento³⁰. O fenômeno da cultura do cancelamento é movido pelo senso de justiça dos usuários das redes sociais, que se unem em um propósito em defesa de uma causa ou alguém. Todo esse processo promove um debate bastante caloroso nas redes sociais, graças ao confronto de opiniões e personalidades. Nem todo cancelamento é válido, mas também nem todo cancelamento obtém o apoio e a atenção nas redes sociais.

Apesar de todo esse esforço e comprometimento dos canceladores, podemos observar que boa parte dos cancelamentos acabam não durando muito tempo, seja pelo fato da notícia não ter alcançado um número significativo de pessoas ou devido a rapidez com que os conteúdos gerados dentro das mídias digitais se perdem com o tempo. (CARMO, 2021, p. 13)

Se tratando da denúncia de Pâmella Holanda, por exemplo, é chocante perceber que DJ Ivis estava crescendo nas redes sociais, apesar da tentativa de

³⁰O fenômeno da cultura do cancelamento iniciou junto ao movimento #MeToo, que surgiu em outubro de 2017 em Hollywood. No Twitter, dezenas de atrizes denunciaram casos de assédio sexual na indústria cinematográfica utilizando a hashtag que dá nome ao movimento. A cada denúncia feita, a personalidade exposta se tornava alvo de boicote e era “cancelada” pelos usuários das redes sociais. Segundo a BBC News Brasil, o primeiro caso a ser exposto foi do produtor Harvey Weinstein, que foi condenado a 23 anos de prisão por abuso sexual e assédio e perdeu seu cargo em sua própria empresa.

muitas pessoas, inclusive de outras celebridades brasileiras³¹, de enfraquecer o alcance do perfil do DJ nas redes sociais. Afinal, os vídeos eram transparentes ao revelar que o músico havia agredido, por mais de uma vez, sua ex-companheira. E, portanto, não faria sentido que o músico fizesse sucesso na internet. Há, de fato, o entendimento de que, não necessariamente, seguir uma personalidade nas redes sociais significa endossar o trabalho que ela está fazendo. Muitas vezes, é apenas a curiosidade de acompanhar o que está na “boca do povo”. Contudo, em um contexto onde as mídias estão inseridas no cotidiano da sociedade, é importante ressaltar que a aderência do público à celebridade, através das redes sociais, tem um peso significativo na manutenção da popularidade destes perfis.

De fato, DJ Ivis perdeu muito após a denúncia de Pâmella Hollanda, assim como citado anteriormente nesta monografia. Ainda assim, é preciso ter o entendimento de que o seu crescimento nas redes sociais é bastante significativo para a sua carreira, ainda mais se tratando de uma pessoa que escalou de 200 mil para 1 milhão de seguidores. Afinal, a procura pelo seu perfil e o compartilhamento das notícias envolvendo seu nome entre os usuários fez com que o DJ ganhasse visibilidade e permanecesse entre os assuntos mais comentados à época. Sendo assim, não só o seu crescimento, mas a sua permanência em evidência nas redes sociais e plataformas de música, como apresentaremos a seguir, demonstra como, em muitas vezes, a movimentação popular pelo cancelamento de uma personalidade da mídia é necessária, mas não necessariamente eficaz.

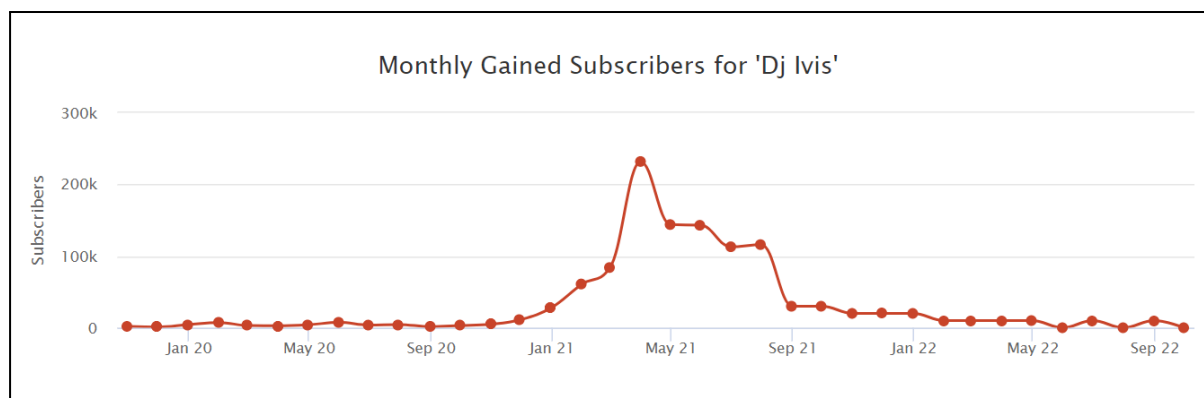
As ondas de indignação são eficientes em mobilizar e compactar a atenção. Por causa de sua fluidez e volatilidade elas não são, porém, apropriadas para organizar o discurso público, a esfera pública. Elas são incontrolláveis, incalculáveis, inconstantes, efêmeras e amorfas demais para tanto. Elas se inflam repetidamente e se desfazem de maneira igualmente rápida. (HAN, 2018, p. 24 apud CARMO, 2021, p. 13)

Ainda assim, é importante avaliar que para um músico, o reconhecimento nas redes sociais é uma ótima forma de garantir que a divulgação de suas canções alcancem um público diferente. É interessante considerar que após a denúncia DJ Ivis teve algumas de suas canções suspensas das plataformas de música, mas

³¹Marília Mendonça manda recado para fãs que passaram a seguir DJ Ivis: “Te convido a se retirar”. **QUEM**. São Paulo, 12 de julho de 2021. Disponível em <<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2021/07/marilia-mendonca-diz-que-nao-quer-se-guidores-que-tambem-seguem-dj-ivis.html>> Acesso em 5 de nov. de 2022.

apesar disso, o seu canal continuou movimentando um número significativo de pessoas. Em junho, antes da denúncia, o canal de DJ Ivis no Youtube ganhou 113 mil novos inscritos. Em julho, 116 mil inscritos, o que demonstra que apesar da tentativa de cancelá-lo nas redes sociais, DJ manteve a mesma média de atração em seu canal no Youtube, assim como demonstra o gráfico da figura 13. Atualmente³², o canal de DJ Ivis no Youtube possui 1.2 milhão de inscritos.

.Figura 13 - Ganho mensal de inscritos no canal 'DJ Ivis' no Youtube



Fonte: Social Blade, 2022

E não foi somente o número de inscritos no canal de DJ Ivis que aumentou durante o período em que a denúncia de Pâmella Holanda ganhou a atenção da mídia. Os vídeos clipes e canções do cantor continuaram a ser assistidos e consumidos pela audiência. Em junho, o canal de DJ Ivis no Youtube ganhou 53 milhões novas visualizações; e só em julho, foram 61 milhões de visualizações, sendo este, o terceiro maior pico de visualizações do canal em 2021, assim como mostra a figura 14.

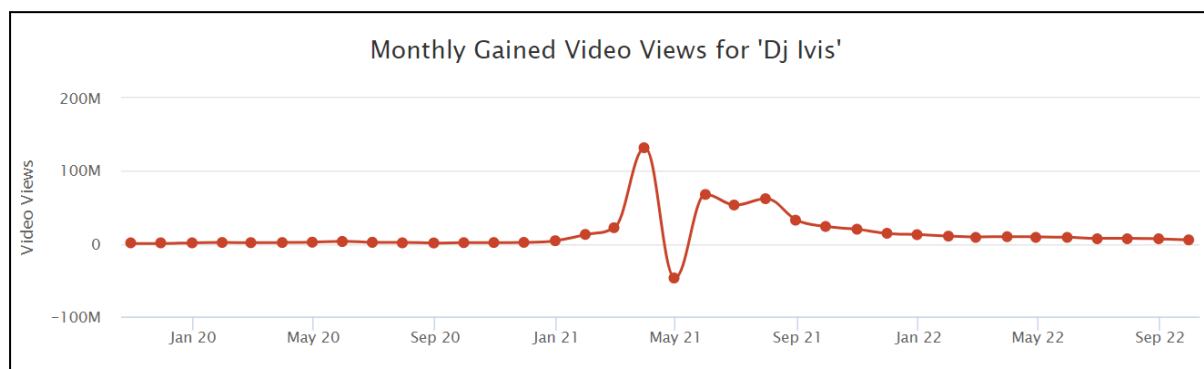
Esse é um dado muito importante, porque a plataforma do Youtube monetiza os conteúdos dos canais. Sendo assim, a cada mil visualizações, DJ Ivis recebe um valor que corresponde a US\$0,60 e US\$5,00 pagos em dólar. Ou seja, a forma como a denúncia de Pâmella Holanda foi difundida gerou um efeito contrário na audiência, porque ampliou a divulgação do nome de DJ Ivis e o colocou em evidência para milhares de usuários das redes sociais. E, então, o movimento que tinha como objetivo cancelar o músico, sofre o efeito contrário porque passa a gerar popularidade e ganhos para a celebridade.

Apesar das tentativas de cancelar o DJ, seu nome e suas canções continuam a ser consumidas pelos usuários e além de gerar popularidade para o cantor,

³² Dados de novembro de 2022.

também geram lucro financeiro. Atualmente³³, o canal possui quase 534 milhões de visualizações

.Figura 14 - Ganho mensal de views no canal 'DJ Ivis' no Youtube



Fonte: Social Blade, 2022

Por óbvio, os números de seguidores ou de visualizações nas canções de DJ Ivis não são um indicativo de que a reputação do cantor é positiva no cenário musical brasileiro. Afinal, grande parte das buscas em seu nome se origina na curiosidade de conhecê-lo e na expectativa de que o DJ se posicione sobre o ocorrido. Contudo, para muitos anunciantes de publicidade, o número de seguidores e o alcance das celebridades é muito mais importante do que os discursos que a personalidade prega em suas redes sociais. E, por isso, em algum momento o grande número de seguidores de DJ Ivis no Instagram pode virar uma boa justificativa para que marcas do mercado, mesmo que com pouca expressão, desejem trabalhar com o artista. Aqui, é importante ter em mente que não é todo usuário das redes sociais que faz o exercício de pensar o que o seu *follow* pode significar para a carreira de celebridades. E, então, o movimento que tinha como objetivo acompanhar o fluxo de fofocas sobre um caso de violência de gênero se converte em audiência e visibilidade para a carreira de um homem agressor.

Ainda assim, por mais que DJ Ivis tenha sido alvo de constantes represálias no último ano, o músico segue trabalhando, seja cantando suas próprias músicas ou produzindo canções para outros grandes músicos do Brasil, como Wesley Safadão. E, apesar das tentativas de cancelamento do músico, só no Spotify, a maior plataforma de streaming de música do planeta, o músico acumula mais de 650 mil ouvintes mensais e é um artista verificado pela plataforma.

³³ Dados de novembro de 2022.

Ou seja, a cultura do cancelamento não segue a obrigatoriedade de terminar em mudança, a observação desse acontecimento implica em acompanhar toda a trajetória que esse cancelamento vai ter. Como se estivéssemos construindo um roteiro de um filme, no qual os atores dessa história são a pessoa cancelada em questão e toda a audiência que vai ajudar a construir essa história. (CARMO, 2021, p.17)

Portanto, e por fim, a forma como os usuários das redes sociais reagem às notícias de violência de gênero são um importante indicativo de como a violência foi normalizada pela sociedade, graças ao fenômeno da espetacularização, que por intermédio dos meios de comunicação, transforma temas sensíveis do cotidiano em produtos de entretenimento, através da forma superficial e alegórica em que são difundidos em sociedade. Por mais que a indignação contra a impunidade dos agressores perturbe o coração das pessoas, o interminável e arrasador fluxo de notícias sobre catástrofes na humanidade, faz com que os indivíduos não absorvam, ao máximo, o verdadeiro sentido por trás dos acontecimentos que marcam a vida de milhares de pessoas por todo o mundo. E, dessa forma, os indivíduos não se sentem impelidos a se posicionarem ativamente contra as injustiças sociais, porque estão paralisados em um ciclo de apatia.

E, se tratando de um crime de violência contra a mulher, é ainda mais avassalador perceber que homens agressores têm a liberdade de continuar livres, festejando e viajando com seus amigos, enquanto para as mulheres o caminho é conviver com o medo, o trauma e a angústia. E mesmo que Pâmella Holanda siga com sua independência e com o seu trabalho, em qualquer dia que ela escolha acessar o Youtube, poderá verificar que o homem que imprimiu as marcas de suas mãos em seu corpo, deixando machucados arroxeadas em seus braços e pernas, acaba de lançar uma nova música que soma mais de 6 milhões de visualizações no Youtube.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou levantar aspectos teóricos sobre o fenômeno da violência, principalmente sob o recorte de violência de gênero. Sendo este, um dos principais reflexos das estruturas patriarcais que moldam a ordenação de nossa sociedade. Entretanto, quando falamos de violência, é importante ter em mente que a mídia transforma este fenômeno em um produto lucrativo, estimulando seu consumo através dos conteúdos apresentados.

Ao analisar a cobertura de notícias sobre o rompimento entre a influenciadora digital Pâmella Holanda e DJ Ivis, que foi liderada, principalmente pelos perfis informais no Instagram, a constatação mais imediata é de que a violência, mesmo que trabalhada de forma superficial, é um evento que gera comoção popular. Neste caso, em específico, analisamos como o trato da violência como um produto de entretenimento serve, infelizmente, para a manutenção e visibilidade da carreira de homens agressores. Assim, observou-se que, mesmo diante da denúncia de Pâmella Holanda, que compartilhou diversos registros das agressões de DJ Ivis, o músico ainda se manteve nas graças do povo brasileiro e segue trabalhando normalmente, seja produzindo canções para outros cantores de expressão nacional ou lançando suas próprias músicas, que somam números consideráveis nas plataformas de música.

Vale ressaltar também que a violência gera um fascínio no subconsciente humano, devido a constante exposição das pessoas a diferentes conteúdos que exploram o fenômeno como um espetáculo midiático. Aqui, destacamos, por exemplo, os programas policiaiscos que noticiam casos de violência como se fossem uma novela cotidiana da vida em sociedade. Contudo, o excesso de informações sobre o tema, que usualmente são tratadas de maneira superficial e descartável, faz com que os indivíduos alcancem uma falsa sensação de que estão informados, quando, na realidade, estão absorvendo uma frágil representação da profundidade do fenômeno da violência. E, então, o estímulo à exibição da violência faz com que os indivíduos se dessensibilizem diante do tema, o que é uma perda muito significativa se tratando de violência contra a mulher, que é uma causa que carece de atenção e compreensão, não só dos poderes públicos, mas também da sociedade.

Enquanto para muitas pessoas os conteúdos sobre violência são um gatilho, principalmente para as milhares de mulheres que são vítimas de violência doméstica em seus lares. Para outros, notícias sobre violência de gênero são apenas a concretização da realidade humana, dado que a normalização da violência, sendo esta uma das consequências do estímulo à espetacularização do fenômeno, faz com que as pessoas percam a sensibilidade diante da pluralidade da violência e suas inúmeras interferências na formação cognitiva dos indivíduos.

Por fim, destaco a importância de que os usuários das plataformas sociais, principalmente o Facebook, Twitter, Instagram e Tik Tok, cobrem por políticas severas dessas corporações. Não só no que diz respeito a suspensão de perfis de homens agressores em suas plataformas, mas também no travamento de temas e palavras que podem despertar estímulos psicologicamente negativos nas pessoas, ainda mais quando são trabalhados pelos perfis informais de notícias que não prestam um serviço ético e responsável à população, justamente porque não possuem nenhuma regulamentação de trabalho, mas que alcançam uma parte significativa da população e influenciam diretamente na formação da opinião pública.

É imprescindível ter em mente que a violência não se findará amanhã ou depois. Mas que, cada vez mais, é importante questionarmos, enquanto comunicadores, a forma como comunicamos temas tão sensíveis e presentes na realidade humana.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maria de Fátima. **Gênero e violência contra a mulher: o perigoso jogo de poder e dominação**. In: Psicologia para América Latina, n. 14, (2008), p.0-0. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2008000300012>. Acesso em 12 de out. de 2022.

AS POLÍTICAS de embranquecimento (1888-1920): uma reflexão sobre o racismo estrutural brasileiro. **Por dentro da África**. São Paulo, 4 de setembro de 2019. Disponível em <http://www.pordentrodaafrica.com/educacao/as-politicas-de-branqueamento-1888-1920-uma-reflexao-sobre-o-racismo-estrutural-brasileiro>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

ASSOCIAÇÃO FALA MULHER. Associação Fala Mulher, 2022. Empoderando mulheres e fortalecendo famílias. Disponível em <https://associacaofalamulher.wixsite.com/associacaofalamulher>>. Acesso em 15 de nov. de 2022.

AUGUSTI, Alexandre R. Negrini, M. **O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra**. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=2765979>>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

AZEVEDO, Aryovaldo de Castro. **As aparências enganam: heurísticas, estereótipos e espetacularização no processo de visibilidade midiática**. In: Liinc Em Revista, v.17, n.1 (2021). Disponível em <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5648>>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

BAITELLO, Norval. **Comunicação, Mídia e Cultura**. In: São Paulo em Perspectiva, v.12, n.4 (1998), p 11-16. Disponível em https://www.academia.edu/download/31548895/v12n04_02.pdf>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

BERNASKI, Joice. SOCHODOLAK, Hélio. **História da violência e sociedade brasileira**. In: Oficina do Historiador, v. 11, n. 1 (2018), p. 43-60. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/oficinadohistoriador/article/view/24181>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

BOHNENBERGER, Marina. BUENO, Samira. SOBRAL, Isabela. **A violência contra meninas e mulheres no ano pandêmico**. In: Anuário Brasileiro de Segurança Pública, ano 15, 2021, p. 93-100. Disponível em

<<https://forumseguranca.org.br/anuario-brasileiro-seguranca-publica/>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

BREDA, Leticia. SILVEIRA, Gabriel Costa. VALIATI, Vanessa Amalia Dalpizoli. **Jornalismo e Instagram: as práticas de consumo de notícias do público jovem gaúcho no Instagram**. Revista Univap, v. 27, n. 54 (2021). Disponível em <<https://revista.univap.br/index.php/revistaunivap/article/view/2615>>. Acesso em 10 de maio de 2022.

BRÊDA, Lucas. **Quem é DJ Ivis, astro da pisadinha que eletrizou o forró e assustou o sertanejo**. Folha de São Paulo. São Paulo, 10 de junho de 2021. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/06/quem-e-dj-ivis-astro-da-pisadinha-que-eletrizou-o-forro-e-assustou-o-sertanejo.shtml>>. Acesso em 1 de nov. de 2022.

CARMO, Rayssa Pinheiro do. **Cultura do cancelamento nas redes sociais digitais: um estudo de caso dos cancelamentos da Gabriela Pugliesi e Karol Conká**. 2021. 36f. Monografia (graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) - Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021. Disponível em <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34451>>. Acesso em 5 de nov. de 2022

CARVALHO, Andrea de Sousa de. FREIRE, Silene de Moraes. **Midiatização da violência: os labirintos da construção de consenso**. In: Textos e Contextos, v.7, n.1 (2008), p.151-164. Disponível em <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fass/article/view/3944/3208>>. Acesso em 14 de nov. de 2022.

CASAGRANDE, Magnos Cassiano. PERUZZOLO, Adair Caetano. **O fenômeno da violência e sua relação com meios de comunicação, comunicação humana e estado**. In: Revista do Laboratório de Estudos da Violência da UNESP/Marília, ano 12, ed. 10 (2012), p. 237-255. Disponível em <<https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/levs/article/view/2648>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

CENTRAL DA FAMA. Instagram: @centraldafama (2021). Disponível em <<https://www.instagram.com/centraldafama/>>. Acesso em 1 de nov. de 2022.

CENTRAL DA FAMA. **DJ Ivis agrediu a esposa, Pâmella Holanda, e não foi preso**. São Paulo, 11 de jul. de 2021. Instagram @centraldafama. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/CRM46A4jP6M/>>. Acesso em 1 de nov. de 2022.

CERQUEIRA, Daniel R. de C. MARTINS, Ana Paula A. MATOS, Mariana V. M. **A institucionalização das políticas públicas de enfrentamento à violência contra**

as mulheres no Brasil (versão preliminar). Nota técnica, n. 13 (2015), IPEA. Disponível em <<http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/5711>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

CIRIBELI, João P. PAIVA, Vitor Hugo P. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado.** In: Mediação, v.13, n.12 (2011), p. 58-74. Disponível em <<http://201.48.93.203/index.php/mediacao/article/view/509>> Acesso em 5 de nov. de 2022.

DAHLBERG, Linda. KRUG, Etienne. **Violência: um problema global de saúde pública.** In: Ciência & Saúde Coletiva, v.11 (2007), p. 1163 - 1178. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/csc/a/ljGnr6ZsLtwkhvdkrdhpcdw/?lang=pt>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** 2003. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

DJ IVIS diz ter sofrido chantagem da ex-mulher. **Youtube.** 12 de julho de 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=dZBdqpiZi1o&ab_channel=N%C3%A3oopercaesa%21>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

DJ IVIS fala em chantagem após aparecer em vídeo agredindo ex-esposa. **ENews.** São Paulo, 12 de julho de 2021. Disponível em <<https://www.eonline.com/br/news/1288246/dj-ivis-fala-em-chantagem-apos-aparecer-em-video-agredindo-ex-esposa>>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

DJ IVIS. Instagram: @djivis (2021). Disponível em <<https://www.instagram.com/djivis/>>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública:** 2019. São Paulo: FBSP, 2019. Disponível em <https://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/10/Anuario-2019-FINAL_21.10.19.pdf>. Acesso em 12 de out. de 2022.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública:** 2020. São Paulo: FBSP, 2020. Disponível em <<https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2020/10/anuario-14-2020-v1-interativo.pdf>>. Acesso em 12 de out. de 2022.

GOOGLE LLC. Google Trends. Disponível em <<https://trends.google.com.br/trends/?geo=BR>>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

GOOGLE LLC. Google Trends. **Buscas pelo termo 'DJ Ivis' entre os meses de janeiro a abril.** Disponível em <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2021-01-01%202021-04-30&geo=BR&q=%2Fg%2F11ckndwj7p>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

GOOGLE LLC. Google Trends. **Buscas pelo termo 'DJ Ivis' entre os meses de maio a julho.** Disponível em <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2021-05-01%202021-07-31&q=dj%20ivis>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

GOOGLE LLC. Google Trends. **Buscas pelo termo 'Pâmella Holanda' entre os meses de janeiro a abril.** Disponível em <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2021-01-01%202021-04-30&geo=BR&q=Pâmella%20holanda>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

GOOGLE LLC. Google Trends. **Buscas pelo termo 'Pâmella Holanda' entre os meses de maio a julho.** Disponível em <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2021-05-01%202021-07-31&geo=BR&q=Pâmella%20holanda>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultural.** In: MATRIZES, v.8 n.1 (2014), p. 21-44. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizess/article/view/82929>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

KEEPING UP PROJECT. Instagram: @keepingupproject (2021). Disponível em <https://www.instagram.com/keepingupproject/>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

KEEPING UP PROJETO. São Paulo, 12 de jul. de 2021. Instagram: @keepingupproject **Pâmella Holanda expõe vídeo provando a violência que sofreu do marido DJ Ivis.** Disponível em <https://www.instagram.com/p/CRPINSwFyGG/>. Acesso em 12 de nov. de 2022.

LACERDA, Ingrid. **A cultura do efêmero: o formato Snapchat nas redes sociais, a vontade de exposição e a construção da imagem individual.** Rio de Janeiro, 22 de junho de 2017. Disponível em <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0944-1.pdf>. Acesso em 10 de nov. de 2022.

LACERDA, Nicole. **Vídeos mostram DJ Ivis agredindo a ex-mulher na frente da filha.** CNN. São Paulo, 12 de julho de 2021. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/videos-mostram-dj-ivis-agredindo-ex-mulher-na-frente-da-filha/>. Acesso em 1 de nov. de 2022.

MACHADO, Joicemegue Ribeiro; TIJIBOY, Ana Vilma. **Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa**. Rio Grande do Sul, (2005), v. 3, nº 1, p. 1-9. RENOTE, Porto Alegre. Disponível em <<https://seer.ufrgs.br/renote/article/view/13798>>. Acesso em 22 de abril de 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes (2014), p. 235-249.

METE A COLHER. Mete a Colher, 2022. Construimos tecnologia de impacto. Disponível em <<https://www.meteacolher.org/sobre>>. Acesso em 15 de set. de 2022.

Monetização do Youtube: entenda como funciona. **Remessa Online**. 8 de junho de 2022. Disponível em <<https://www.remessaonline.com.br/blog/monetizacao-do-youtube>>. Acesso em 15 de nov. de 2022.

NETO, Antônio Fausto. **Fragmentos de uma analítica da midiatização**. In: MATRIZES, v. 1, n. 2 (2018), p. 89-105. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194>>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

NOT JUST ANALYTICS. Análise do perfil de Pâmella Holanda no Instagram. Disponível em <<https://business.notjustanalytics.com/plus/Pâmellaholanda>>. Acesso em 29 de out. de 2022.

OLIVEIRA, Samantha. **Mesmo preso por agressão, DJ Ivis ganha mais de 200 mil seguidores**. Jornal do Comércio. Recife, 20 de julho de 2021. Disponível em <<https://jc.ne10.uol.com.br/social1/2021/07/13017812-mesmo-presos-por-agressao-dj-ivis-ganha-mais-de-200-mil-seguidores.html>>. Acesso em 01 de nov. de 2021

OMS. Organização Mundial de Saúde. **Relatório Mundial sobre Violência e Saúde**. Genebra, 2002.

O que a campanha #MeToo conseguiu mudar de fato? **BBC Brasil**. São Paulo, 21 de maio de 2018. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-44164417>>. Acesso em 5 de nov. de 2022.

Pâmella HOLANDA. Instagram: @Pâmellaholanda (2021). Disponível em <<https://www.instagram.com/Pâmellaholanda/>>. Acesso em 01 de set. de 2022.

Pâmella Holanda relata agressões de DJ Ivis: 'Pegou uma faca na gaveta da cozinha. A funcionária segurou o braço dele'. **Fantástico, G1**. São Paulo, 18 de julho de 2021. Disponível em

<<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/07/18/Pâmella-holanda-relata-agressoes-de-dj-ivis-pegou-uma-faca-na-gaveta-da-cozinha-a-funcionaria-dele-segurou-o-braco-dele.ghml>>. Acesso em 1 de set. de 2022.

PEREIRA, Carlos A. M., HERSCHMANN, Micael. **Comunicação e novas estratégias organizacionais na era da informação e do conhecimento**. In: Comunicação & Sociedade, a. 24, n. 38 (2002), p. 27-42. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4165>>. Acesso em 5 de ago. de 2022.

PIMENTEL, Pedro Chapaval. TESSEROLI, Ricardo Germano. **No que você está pensando? Apontamentos sobre opinião pública nas redes sociais digitais**. In: Organicom, a. 17, n. 33 (2020), p. 51-63. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/170172>>. Acesso em 22 de abril de 2022.

PINHEIRO, Felipe. **Quem é DJ Ivis, rei da pisadinha que aparece agredindo mulher em vídeos**. UOL. São Paulo, 12 de julho de 2021. Disponível em <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/12/quem-e-dj-ivis-acusado-de-agredir-a-ex-mulher.htm>>. Acesso em 1 de nov. de 2022.

PORFÍRIO, Francisco. **Organização social**. Brasil Escola. São Paulo, 26 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/o-que-organizacao-social.htm>>. Acesso em 19 de jun. de 2022.

QUAIS foram as maiores levas de imigração para o Brasil? **Superinteressante**. São Paulo, 14 de fevereiro de 2020. Disponível em <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quais-foram-as-maiores-levas-de-imigracao-para-o-brasil/>>. Acesso em: 5 de set. de 2022.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Porto Alegre: UFRGS, 2006, p 20-141. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/8614>>. Acesso em 19 de jun. de 2022.

RELATÓRIO Mundial Sobre Violência e Saúde. **Portal de Boas Práticas em Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente**. Sem data. Disponível em <<https://portaldeboaspraticas.iff.fiocruz.br/biblioteca/relatorio-mundial-sobre-violencia-e-saude/>>. Acesso em: 05 de nov. de 2022.

ROXO, Luciana. **A difusão e o fenômeno da “viralização” das notícias falsas nas redes sociais**. In. Entremeios: Revista Discente da Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, v. 13, n. 2. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em

<<http://entremeios.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=107&sid=19>>.
Acesso em: 06 de nov. de 2022.

SILVA NETO, Gabriel Lage da. **Discursos do medo: sensacionalismo e banalização da violência na televisão brasileira**. 2015. 90 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em <<https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/4731>>. Acesso em 23 de out. de 2022.

SOARES, Elza. **Maria da Vila Matilde**. In: SOARES, Elza. A Mulher do Fim do Mundo. Rio de Janeiro: Circus Produções Culturais & Fonográficas, 2015. Faixa 3. Spotify.

SONY MUSIC encerra contrato com DJ Ivis após agressão a ex-mulher. **G1**. São Paulo, 16 de julho de 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/07/16/sony-music-rompe-contrato-com-dj-ivis-apos-agressao-a-ex-mulher.ghtml>>. Acesso em 29 de out. de 2022

SOCIAL BLADE. **DJ IVIS Instagram**. Disponível em <<https://socialblade.com/instagram/user/djivis>>. Acesso em 29 de out. de 2022

SOUSA, José Antunes. **A violência no desporto**. Covilhã: Lusofia, 2015.

SUBCELEBRITIES. Instagram: @subcelebrities (2021). Disponível em <<https://www.instagram.com/subcelebrities/?hl=pt-br>>. Acesso em 01 de nov. de 2022.

SUBCELEBRITIES. **Esposa de DJ Ivis denuncia agressões**. São Paulo, 11 de jul. de 2021. Instagram: @subcelebrities. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CRM0IKdrhBW/?utm_medium=copy_link>. Acesso em: 1 de nov. de 2022

SUCESSO: DJ Ivis está entre os artistas brasileiros mais ouvidos do Spotify. **Blog Fortal**. Fortaleza, 1 de julho de 2021. Disponível em <<https://fortal.com.br/2021/07/01/sucesso-dj-ivis-esta-entre-os-artistas-brasileiros-mais-ouvidos-do-spotify/>>. Acesso em 1 de nov. de 2022.

TAMO JUNTAS. Tamo Juntas, 2022. Organização feminista composta por mulheres profissionais que atuam voluntariamente na assistência multidisciplinar a mulheres em situação de violência. Disponível em <<https://tamojuntas.org.br/>>. Acesso em 15 de nov. de 2022.

TERRA, Carolina Frazon. DE SOUSA, Gisela Maria Santos Ferreira. **Opinião Pública em tempos de mídias sociais: mediatização, comunicação**

desintermediada em Memes. In: Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, n. 13 (2019), São Paulo: Faculdade Cásper Líbero. Disponível em [http://abrapcorp2.org.br/site/manager/arg/\(cod2_22591\)CarolTerra_GiselaSousa_GT6_Abrapcorp_2019.pdf](http://abrapcorp2.org.br/site/manager/arg/(cod2_22591)CarolTerra_GiselaSousa_GT6_Abrapcorp_2019.pdf)>. Acesso em 22 de abr. de 2022.

TONDATO, Marcia Perencin. **Violência na mídia ou violência na sociedade? A leitura da violência na mídia.** In: Revista FAMECOS, n. 32 (2007), p. 126-133. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/3425>>. Acesso em 10 de nov. de 2022.

VIDEO DJ Ivis batendo na sua mulher Pâmella Holanda. **Youtube**, 11 de julho de 2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=luh2Q83BFq8>>. Acesso em 1 de nov. de 2022.