

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

NATALIA CAMPOS DE OLIVEIRA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O CHATBOT BEL:
RESSIGNIFICAÇÃO DE SABERES E PRÁTICAS EM RELAÇÕES
PÚBLICAS NO APOIO A UM PROJETO DE EXTENSÃO À MULHER VÍTIMA
DE VIOLÊNCIA

BAURU
2022

NATALIA CAMPOS DE OLIVEIRA

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O CHATBOT BEL:
RESSIGNIFICAÇÃO DE SABERES E PRÁTICAS EM RELAÇÕES
PÚBLICAS NO APOIO A UM PROJETO DE EXTENSÃO À MULHER
VÍTIMA DE VIOLÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Célia Maria Retz Godoy dos Santos.

Bauru
2022

O48p

Oliveira, Natalia Campos de

Plano de comunicação para o chatbot Bel : resignificação de saberes e práticas em Relações Públicas no apoio a um projeto de extensão à mulher vítima de violência. / Natalia Campos de Oliveira. -- Bauru, 2022

51 f. : il., tabs.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientadora: Célia Maria Retz Godoy dos Santos

1. Relações Públicas. 2. Violência contra as mulheres. 3. chatbot. 4. comunicação pública. 5. violência doméstica. I. Título.

NATALIA CAMPOS DE OLIVEIRA

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O CHATBOT BEL:
RESSIGNIFICAÇÃO DE SABERES E PRÁTICAS EM RELAÇÕES PÚBLICAS NO
APOIO A UM PROJETO DE EXTENSÃO À MULHER VÍTIMA DE VIOLÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Célia Maria Retz Godoy dos Santos.

Bauru, 25 de março de 2022.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Célia Maria Retz Godoy dos Santos

Doutoranda Melanie Retz Godoy dos Santos Zwicker

Dr.^a Fernanda Terezinha de Almeida

Dedico este trabalho aos meus pais, Rejane e Marcelo, por todo amor, dedicação e por acreditarem em mim e no que lutei e escolhi viver.

AGRADECIMENTOS

Esta parte me deixa muito alegre, pois me faz lembrar todos os momentos até aqui. Sendo esses eles bons ou ruins, foram igualmente importantes para que esta etapa se cumprisse. E as pessoas que fizeram parte desta coletânea, que me ajudaram e que cuidaram e cuidam de mim, deixo registrada a minha gratidão.

Agradeço à minha família pelas bases sólidas que me foram dadas, o tempo e por todo o apoio antes e após ingressar na Unesp, desde a mobilização para vir para Bauru até a compreensão desta etapa repleta de desafios e receios.

Agradeço aos meus amigos que sempre estiveram ao meu lado, seja na correria ou na calma que passamos na vida, e que sempre voltam a sorrir comigo independente do tempo em que não nos vemos. Agradeço as amizades que fiz nessa cidade e a todos os momentos que vivi aqui.

Gostaria de agradecer aos meus eternos professores (as) que passaram por mim na minha cidade natal, São Roque – SP, que incentivaram essa busca por mais e a colocar o pé na estrada sem medo da vida e também aos dos cursinhos populares pelos quais eu passei que lutaram e lutam muito pela educação de qualidade.

Às professoras: Maria Eugênia Porém pela paciência e cuidado comigo na etapa de projeto do trabalho de conclusão de curso, minha orientadora Célia Maria Retz Godoy dos Santos e a professora Tamara Guaraldo coordenadoras também do projeto Faces que permitiram que eu participasse e que muito somaram a minha vida e graduação e também aos demais professores que foram fundamentais para o meu crescimento e criticidade.

EPÍGRAFE

“Quando uma pessoa realmente deseja algo, o Universo inteiro conspira para que seu sonho se realize.”

(Paulo Coelho)

RESUMO

O estudo tem o objetivo de apresentar um plano de comunicação para a divulgação de um assistente virtual (Chatbot) de orientação sobre denúncias de violência à mulher, além de trazer uma discussão sobre a atuação das relações públicas como agente da comunicação pública focada na construção da cidadania, demarcando-se no direito a informação para o combate à desigualdade de gênero, no que tange à promoção da vida livre de violência e de discriminação. Traz ainda em seu relato a atividade de extensão no processo de formação do relações-públicas, que enfrenta uma defasagem entre o ensino e a realidade social, cuja superação passa pela abertura, participação e contato com as comunidades em seus cotidianos. A metodologia utilizada foi a observação participante, pois como voluntária do projeto “Fases da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP” da Unesp, foi possível participar das estratégias empreendidas no ano de 2021, especialmente sobre a construção e modelagem de conteúdo do chatbot, de modo a conseguir esboçar um Plano para sua divulgação junto à comunidade. Afora isso, realizou-se pesquisa bibliográfica sobre a comunicação pública e sua importância fundamental na promoção do direito à informação para mulheres. Como resultado, além da experiência de atuar no Projeto, o qual gerou maior conhecimento sobre o assunto, um olhar sobre os problemas enfrentados pelas vítimas de violência e o amadurecimento intelectual sobre o fazer do relações-públicas no âmbito social, trouxe a conscientização de que a comunicação eficaz, via chatbot, pode assegurar que as mulheres possam participar de forma ativa no processo de enfrentamento desta problemática, denunciando, trazendo as demandas e acompanhando as políticas que podem combatê-la.

Palavras chaves: relações públicas; violência contra mulheres; chatbot; comunicação pública.

ABSTRACT

The study aims to present a communication plan for the dissemination of a virtual assistant (Chatbot) for guidance on reports of violence against women, in addition to bringing a discussion about the performance of public relations as an agent of public communication focused on building citizenship, marking itself on the right to information to combat gender inequality, regarding the promotion of life free of violence and discrimination. It also brings in its report the extension activity in the process of training of public relations, which faces a gap between education and social reality, whose overcoming is through openness, participation and contact with communities in their daily lives. The methodology used was participant observation, because as a volunteer in the project "Faces of Information and Communication in Health: care for women in situations of violence in Bauru-SP" of Unesp, it was possible to participate in the strategies undertaken in the year 2021, especially about the construction and content modeling of the chatbot, in order to be able to draft a plan for its dissemination to the community. In addition, bibliographical research on public communication and its fundamental importance in promoting the right to information for women was carried out. As a result, besides the experience of acting in the Project, which generated more knowledge about the subject, a look at the problems faced by victims of violence and the intellectual maturation about the making of public relations in the social sphere, brought the awareness that effective communication, via chatbot, can ensure that women can participate actively in the process of confronting this problem, reporting, bringing demands and monitoring the policies that can combat it.

Keywords: public relations; violence against women; chatbot; public communication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fluxograma intersetorial de atendimento à mulher em situação de violência....	21
Figura 2 - Pontos de atenção à mulher em situação de violência em Bauru.....	22
Figura 3 - Nível de conhecimento sobre o Conselho.....	27
Figura 4 - Avaliação da dificuldade de denúncia no período da pandemia.....	28
Figura 5 - A quem recorre para fazer a denúncia.....	29
Figura 6 - Matriz SWOT: base para o plano de comunicação.....	31
Figura 7 - Aplicações da identidade visual da Bel.....	35
Figura 8 - Exemplo de conversa com a Bel.....	36
Figura 9 - Cronograma da ação de divulgação do chatbot.....	44
Figura 10 - Esquema de etapas do plano.....	45

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO ATENDIMENTO À MULHER VÍTIMA DE VIOLÊNCIA: APORTES E O OLHAR DO RELAÇÕES PÚBLICAS.....	12
2.1 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA SOCIEDADE: UM BREVE RETROSPECTO.....	12
2.2 O RELAÇÕES PÚBLICAS: COMUNICAÇÃO PARA A INFORMAÇÃO.....	14
2.3 APORTES SOBRE A TEMÁTICA DA VIOLÊNCIA À MULHER.....	16
2.4 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS SOBRE O CASO.....	19
2.4.1 O parceiro na ação: Conselho Municipal de Políticas para as Mulheres.....	20
2.4.2 O projeto “Fases da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP.....	23
2.4.2.1 Ações já realizadas no Projeto.....	24
2.4.2.2 A pesquisa sobre Violência na região de Bauru.....	26
2.4.2.3 O diagnóstico que orientou a ação do Chatbot.....	30
3. BEL: O CHATBOT COMO FERRAMENTA DE INFORMAÇÃO.....	32
4. O PLANO DE COMUNICAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA.....	36
4.1 OBJETIVOS DO PLANEJAMENTO.....	36
4.2. ORGANIZAÇÃO E ETAPAS DA DIVULGAÇÃO.....	38
4.3 DESENVOLVIMENTO, TAREFAS E CRONOGRAMA.....	42
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS.....	47

1. INTRODUÇÃO

O cenário pandêmico de COVID-19 causou diversas mudanças nos hábitos e no comportamento da população ao redor do mundo e exigiu adaptações constantes bem como a adoção de medidas sanitárias severas, como o *lockdown* e o isolamento social, na tentativa de evitar a disseminação do vírus e reduzir o número de mortes. No entanto, essas medidas impactaram diretamente na sociedade devido a impossibilidade de sair, ao maior tempo de convívio nas residências e a imposição de maiores regulações no funcionamento de serviços referentes a atendimentos públicos e informações, propiciando o aumento na taxa de violência contra a mulher e no índice de feminicídio no Brasil, um problema social antigo e conectado ao patriarcado, a comunicação e o acesso à informação.

Diante da pandemia que teve início em meados de 2020 e ainda assola o Brasil dando ênfase aos problemas estruturais e sociais do país vários estudos, artigos e mobilizações foram desenvolvidos no ambiente acadêmico na tentativa de analisar os impactos do vírus na região e, conseqüentemente, as novas mazelas que se originaram e ganharam maior contraste na pandemia para compreender e ajudar a sociedade durante esta fase conturbada.

O projeto de extensão “FACES da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP” da Unesp de Bauru, do qual fiz parte como voluntária durante o ano de 2021, já vinha trabalhando com essa temática a face desse novo cenário onde as mulheres passaram a ter maior vulnerabilidade frente a violência doméstica, assim o projeto também precisou adequar suas atividades e ações propostas para este período. O referido projeto trata-se de uma parceria com o Conselho Municipal de Políticas Públicas para Mulheres (CMPM) de Bauru, cujo objetivo é colaborar na resolução das demandas deste, especialmente no que se refere a comunicação e a socialização de informações sobre a rede de enfrentamento violência para a comunidade.

Portanto, o objetivo deste trabalho de final de curso é dar apoio a estas ações do Projeto atuando como voluntária em todas as propostas efetivadas neste período.

Ademais, dando especial atenção a divulgação do chatbot desenvolvido para esclarecimento e orientações sobre como fazer uma denúncia em caso de violência.

Assim, este estudo apresenta um plano de comunicação para esta assistente virtual a ser implementada inicialmente na página do Facebook do Conselho Municipal de Políticas Públicas para as Mulheres de Bauru, além de uma discussão sobre o relações-públicas como agente na socialização de informações de cunho público, para a efetivação dos direitos que as mulheres têm de viver livres de discriminação e violência, ajudando na recolha de informação sobre o tema e na elaboração da comunicação com a sociedade para alcançar transparência ativa e garantir este direito.

De tal modo que no capítulo dois: “Comunicação pública no atendimento à mulher vítima de violência: aportes e o olhar do Relações Públicas” trazemos alguns conceitos sobre Comunicação Pública, na visão de autores como Brandão (2012), Duarte (2007, 2011 e 2012), Henriques (2007), e Novelli (2006), os antecedentes investigativos sobre o caso exposto, parcerias, atividades e as pesquisas já realizadas para situar o leitor.

O terceiro capítulo versa sobre a experiência com o chatbot propriamente dito, a ferramenta, seu desenvolvimento, objetivos, origem de seu nome e sua comunicação de forma exemplificada. Já no quarto capítulo, relata-se sobre o plano de comunicação, as ações pensadas e estipuladas em cronograma e a sua importância na integração deste com as ações do projeto, destacando as relações públicas neste processo.

Como resultado, acredita-se que a participação no Projeto de Extensão gerou maior conhecimento sobre o assunto e um olhar sobre os problemas enfrentados diariamente pelas mulheres brasileiras, bem como o fazer das relações públicas em um âmbito social e de consciência da informação, em um mundo bombardeado por fake news e desinformação que têm como consequência situações extremas, como o ocorrido com a pandemia.

2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO ATENDIMENTO À MULHER VÍTIMA DE VIOLÊNCIA: APORTES E O OLHAR DO RELAÇÕES PÚBLICAS

A Comunicação Pública pode e deve servir a sociedade de várias maneiras a fim de esclarecer ao cidadão suas dúvidas, prestar contas, estreitar os laços e favorecer a mobilização bem como informar de forma clara sobre seus direitos e caminhos de resposta mais breves quando estes são violados. No que diz respeito à violência doméstica, a Comunicação Pública e as relações públicas podem intervir e trabalhar juntos como disseminadores de informações e colaborar para conseguir melhoras na receptividade e no entendimento da informação como um todo, assim como gerar outros conhecimentos.

Este capítulo, traz uma breve contextualização da Comunicação Pública; sua fundamental importância no enfrentamento da violência contra a mulher; além de demonstrar a importância do relações públicas na comunicação e apresentar dados sobre o cenário de violência às mulheres no Brasil e os antecedentes investigativos realizados, os quais originaram apoiou para a confecção deste planejamento de divulgação do chatbot.

2.1 A Comunicação Pública na sociedade: Um breve retrospecto

Vemos que a comunicação é um recurso importante em todos os setores da sociedade e que gera vínculos cruciais para o estabelecimento de relações de confiança, de reciprocidade e, principalmente, de diálogos. No âmbito da Comunicação Pública estes vínculos que o ato de comunicar intermedeia são maximizados e mais complexos, levando em conta que interferem diretamente na vida dos cidadãos bem como na participação destes na sociedade no que diz respeito a discussões, informação e aprimoramento de direitos.

Quando se fala em Comunicação Pública no Brasil deve-se atentar para as diferenças que esta possui em relação a Comunicação Governamental, uma vez que os termos se distinguem devido a trajetória sócio-histórica do país, sendo que esta última se

dá num ambiente específico. No Brasil, historicamente ela é de natureza publicitária, pois na:

[...] divulgação de suas ações [se] utilizou preferencialmente a propaganda com a veiculação na grande mídia. Secundariamente foi também de cunho educativo, sobretudo nas áreas da saúde e da agropecuária, ou em situações bem específicas em que se confundia, de certa forma, com o apelo cívico, como na época dos regimes militares quando surgiram campanhas como “mexa-se” e outras (BRANDÃO, 2012, p. 10)

Durante o período da Ditadura Militar, a Comunicação Governamental esteve diretamente ligada à divulgação do regime, bem como à publicidade do governo e suas ações e dos presidentes da época. Duarte (2010, p. 68 apud BARBOSA, 2018, p.20) afirma que: “Durante o regime militar, é organizado o Sistema de Comunicação Social no âmbito do governo, cujos focos eram a propaganda e censura”, assim como cerceamento dos meios de comunicação e o bombardeamento da sociedade com informações para o convencimento da população. A Comunicação Governamental, neste período, era basicamente um instrumento de promoção ditatorial, persuasão e validação do regime militar (DUARTE, 2011).

Outro fator importante destacado por Duarte (2012), que difere as comunicações e permite a compreensão mais abrangente destas nomenclaturas, é a pouca duração da Comunicação Governamental, tendo em vista que esta é transitória, mudando conforme o governo eleito, já que este, é a principal figura associada ao poder e a mais visível. Logo, o que ocorre é uma promoção dos agentes públicos e suas ações relatadas a partir da comunicação.

A Comunicação Pública, em contrapartida, trata da relação com e para o cidadão, que acontece em cooperação com este, sem um cunho propagandístico e de autopromoção. Como diz Duarte (2011, p. 5) ela:

[...] diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionadas a temas de interesse coletivo. O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas. A existência de recursos públicos ou de interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública.

Desta forma, o objetivo deste tipo de comunicação é fortalecer as relações e compartilhar temas de interesse público, bem como estimular a participação do indivíduo como ator social e reconhecedor de seus direitos. Conseqüentemente, ela busca colocar o cidadão no centro de sua atenção, facilitando a compreensão, incentivando a interação, bem como fornecendo dados e fatos por meio de linguagem adequada e acessível para que todos consigam compreendê-las. Para Novelli (2006):

A comunicação pública [é] compreendida como o processo de comunicação que ocorre entre as instituições públicas e a sociedade e que tem por objetivo promover a troca ou o compartilhamento das informações de interesse público, passa a desempenhar um papel importante de mediação para as práticas de boa governança.” (Novelli, 2006, p.85).

Assim, a Comunicação Pública aparece e ganha força após a Ditadura Militar com a redemocratização do Brasil, a volta da liberdade de imprensa e com demandas de maior transparência por parte do governo. Este movimento de ruptura da Comunicação Pública Brandão (2012, p.13) define como esta “buscando resgatar o sentido verdadeiramente social da comunicação, esquecido por força do fazer profissional voltado para o atendimento do mercado empresarial, político, ideológico ou personalista.”

Desta forma, com foco em democratizar a informação e nos interesses coletivos, a Comunicação Pública procura lidar com os conflitos que emanam da sociedade e que podem ser solucionados ou mitigados pelo compartilhamento de informações entre a governança e a sociedade, promovendo o conhecimento que é fundamental para a garantia dos direitos civis.

No que diz respeito a violência doméstica, a Comunicação Pública é ainda mais solicitada pois é a partir das informações sobre os serviços oferecidos pelo Estado, suas leis e regulamentos, que as Políticas Públicas se estabelecem na proteção social das mulheres. É o Estado, via Comunicação Pública, o meio oficial para a disponibilização de informações de qualidade, que tem fonte segura e credibilidade, bem como tenta alcançar a compreensão da população, tais como, o que pode ser feito em caso de agressão, a identificação do crime e a mobilização do conhecimento adquirido por meio da informação para outras pessoas.

2.2 O Relações Públicas: Comunicação para a informação

Ao abordar o tema Comunicação Pública é inevitável não associá-lo aos direitos democráticos, da cidadania e da disseminação de informações de qualidade que contribuem positivamente na formação do cidadão, na participação popular e na mobilização da sociedade civil na esfera pública. Assim, este tipo de comunicação está diretamente interligado a atuação das Relações Públicas, como responsável pelo resgate e fortalecimento da democracia e da cidadania, dando impulso às realizações e compromissos sociais, uma vez que busca compreender os princípios que regem o poder público e suas múltiplas instâncias. Nesse sentido, observa-se uma identificação da Comunicação Pública com relação à ciência da atividade de Relações Públicas. De acordo com Simões (1995), como ciência ela:

[...] abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos. Como atividade, Relações Públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocada através do processo de comunicação da organização com seus públicos. (SIMÕES, 1995, p.2)

Por isso é um profissional que consegue estruturar uma comunicação ampla e eficaz, para gerar interação e despertar o interesse do público, pela informação e conhecimento. De modo geral pode-se dizer que é uma profissão que apresenta um arcabouço teórico e prático que evidencia a integração de ambas as áreas.

Vemos ainda que a informação é a base para a ação da comunicação, embora não sejam sinônimos, pois além do ato de informar ser necessário, ele sozinho não é suficiente para se tornar uma comunicação eficiente e de interesse público (DUARTE, 2011). Como reforça o autor, a:

Comunicação é um processo circular e permanente de troca de informações e de mútua influência. Informação é a parte explícita do conhecimento, que pode ser trocada entre pessoas e/ou instituições. É o elo da interação e da transmissão do conhecimento, principal matéria-prima da comunicação e insumo comparável à energia que alimenta um sistema. Instituições e pessoas geram, transformam, buscam, usam e disseminam informações de variados tipos. Mas a simples

existência de informação não necessariamente significa comunicação eficiente. (DUARTE, 2011, p.8).

Já no que diz respeito a utilizar a informação para a comunicação, o relações-públicas tem a função primordial de torná-la eficaz para se alcançar os objetivos propostos, em especial no âmbito político e social. Um olhar amplo e a necessidade de analisar os públicos e a instituição de forma aprofundada são fundamentais no processo de definição das ações.

É necessário ver a comunicação não apenas sob o ponto de vista técnico, como um campo de conhecimento específico, mas enxergá-la de modo mais amplo como uma competência fundamental a que todos devem ter direito e sem a qual não podem os sujeitos coordenar suas ações, posicionar-se no mundo e transformá-lo (HENRIQUES, 2005, p.13 apud GONZALEZ, 2017, p.41-42).

Logo, na atuação de relações públicas que é, 90% performance e 10% divulgação, conforme afirma Simões (1995), o foco das ações devem ser para além do processo de divulgação: devem contemplar os objetivos estabelecidos e estratégicos, além de transmitir a mensagem desejada de forma clara e contextualizada. Para Simões (1995) cabe ainda ao relações-públicas, exercer a sua função política na sociedade, mediando e dirigindo as relações, como ator social e deve também tornar palpáveis as iniciativas que incentivam o acesso à informação e o engajamento cívico.

2.3 Aportes sobre a temática da violência a mulher

O Brasil antes da pandemia já possuía índices alarmantes no âmbito da violência doméstica. Segundo a plataforma EVA (Evidências sobre violências e Alternativas para mulheres e meninas) do Instituto Igarapé que reúne dados do sistema de saúde de países da América Latina aponta que 1.48 milhões de mulheres sofreram algum tipo de violência entre os anos de 2010 e 2018. No ano de 2019, 60% da população reportou ter visto algum tipo de situação de violência envolvendo mulheres em seu bairro ou comunidade (Datafolha/FBSP,2019), o que evidencia que a temática sempre esteve em voga na sociedade brasileira, ano a ano observando as altas estatísticas de violência e os

enormes índices de feminicídio no país, sendo este de uma morte feminina a cada sete horas.

Quando analisamos os dados do país no período de pandemia observamos o aumento no índice de mortes de mulheres e uma alta variação de estado para estado do Brasil. Segundo o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2020) em São Paulo, o aumento dos feminicídios chegou a 46% na comparação entre março de 2020 a março de 2019, tendo duplicado na primeira quinzena de abril. O cenário da violência em 2021, quando a pandemia já durava um ano, pesquisas do IPEC (Inteligência em Pesquisa e Consultoria) relatam que 13,4 milhões de mulheres sofreram algum tipo de violência durante a pandemia.

Os fatores para este aumento perpassam vários acontecimentos no contexto pandêmico como também fatores histórico-sociais da realidade brasileira, que foram agravados devido ao período. Dentre os problemas já existentes, podem ser citados o machismo proveniente da sociedade patriarcal que dá foco ao homem enquanto sujeito, bem como os discursos que contribuem como reforço aos estereótipos femininos presentes no contexto social e que se refletem em uma dificuldade profunda de se lidar com o tema no país, sendo a violência de gênero muitas vezes inclusive invalidada e a inferiorizada.

A violência, segundo Santos (2020, p.4), amparado na estudiosa Arendt (2009) que desenvolveu uma extensa literatura sobre o tema, afirma que:

[...] se instala onde o poder se encolhe (ARENDR, 2009) e, nesses tempos de pandemia pela COVID19, esse conceito é fundamental para buscar compreender a instrumentalização do sujeito, a fragilidade e a aniquilação da fonte do poder legítimo – as interações humanas mais igualitárias – e a consequente perda da condição humana, relacionadas à crescente violência doméstica.

Desta forma, com o país passando por enormes dificuldades econômicas, sociais, sanitárias e sofrendo um desmonte de políticas públicas observa-se o silenciamento da voz feminina imposta ainda a outros vários fatores que a pandemia trouxe como maior dependência financeira, inseguranças, mais tempo de convivência com o parceiro ou familiares agressores, maior carga de trabalho para as mulheres dentro de casa e

dedicação forçada aos cuidados com os entes, menor acesso a serviços públicos e acesso à informação.

Quando procuramos separar por classes sociais a disparidade do gênero afetado pela violência aumenta ainda mais, por isso a promoção e a proteção da liberdade de expressão têm uma inegável conexão com a discriminação de gênero.

Outro problema enfrentado é a subnotificação que deixa uma lacuna sobre o real cenário da violência no país no que diz respeito às denúncias que são efetivadas. De acordo com pesquisa desenvolvida pelo UN Women no ano de 2020 (apud Santos et al, 2020, p.5), “Embora haja uma queda no número de registros oficiais em boletins de ocorrência, a chamada subnotificação, os números de feminicídios e homicídios femininos apresentam crescimento [...]” o que indica que a violência doméstica e familiar está crescente no período de pandemia o que ressalta a necessidade de “implementação de novas estratégias de acesso das mulheres aos serviços de enfrentamento à violência doméstica em diversos países”.

No Brasil, em 2006, o Congresso Nacional, a partir de recomendações da Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH) aprovou a Lei Maria da Penha. Seu 5º artigo, define violência doméstica e familiar contra a mulher como “qualquer ação ou omissão baseada no gênero que lhe cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial” (BRASIL, 2006). Essa lei é o principal recurso jurídico no âmbito da violência doméstica, no entanto, por ter apenas quinze anos de vigência, ainda conta com várias lacunas na compreensão de sua abrangência, nas suas determinações e entendimentos das modalidades de violências. De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto DataSenado (2019) cerca de 79% das mulheres entrevistadas conhecem pouco ou nada sobre a Lei que as protege (apud GUARALDO; SANTOS; AVELINO, 2021).

O desconhecimento a respeito dos vários tipos de violência (psicológica, moral, patrimonial, sexual e física) e do seu ciclo também inibem a identificação da agressão e da denúncia. Muitas mulheres ainda associam a violência apenas ao ato de bater e então vivendo em um contexto de constantes violações de seus direitos, baixa autoestima e repressões acabam não entendendo que estão sendo vítimas. Outro motivo é a culpabilização da mulher que é agredida pela sociedade, tirando do agressor a

responsabilidade dos seus atos e estereotipando a mulher que deve corresponder a uma expectativa social de como deve ser e como deve cuidar de sua família, além de tantos outros.

Logo, percebe-se que existem dificuldades e barreiras no diálogo em sociedade sobre os direitos da mulher e como esta deve procurar ajuda em caso de violência, o que torna o caminho até a denúncia e o andamento legal ao crime maior e mais sofrido. Desta forma, para empoderar as mulheres por meio da informação deve-se dar maior visibilidade à temática na comunicação exercida para então ampliar o conhecimento delas sobre os seus direitos e, conseqüentemente, um maior atendimento efetivo pelos órgãos públicos e rede de ajuda.

Na Constituição Brasileira, o direito à informação está previsto como direito fundamental no artigo 5º:

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA)

Os problemas para acessar a informação, no entanto, perpassam tanto pela falta de acesso aos recursos tecnológicos, quanto em relação ao desenvolvimento de ferramentas que facilitem e filtrem as dúvidas do cidadão, adequando-se a linguagem e levando-o (no caso deste projeto à mulher em situação de violência) a obter informações que correspondam ao seu interesse objetivo.

Desta forma, o desafio é segundo Johnston e Webber (2006 apud GUARALDO, SANTOS, AVELINO, 2020) identificar, mediante qualquer canal ou meio, a informação adequada às suas necessidades. O sujeito que faz o uso correto e ético desta na sociedade é aquele que tem competência informacional, ou seja, a ação envolve a comunicação no comportamento e na competência do indivíduo.

2.4 Antecedentes investigativos sobre o caso

A divulgação de informações sobre os fenômenos sociais de maneira fácil e acessível, assim como identificar quais são as necessidades específicas das mulheres no

campo do acesso à informação é uma forma de garantir a efetividade das políticas públicas de enfrentamento a violência é um meio do Estado cumprir o seu dever com a sociedade, em especial aos grupos vulneráveis. A desagregação de dados por sexo, gênero, classe e raça/cor, por exemplo, é um processo imprescindível para compreendermos os problemas de desigualdade. Vemos que quando se comenta sobre violência contra a mulher, é importante que dados confiáveis e acessíveis sejam apresentados não somente para dimensionarmos as ações ou políticas, mas para formular e monitorar formas de amenizarmos o problema, via a comunicação.

Por isso, as parcerias e envolvimento dos agentes da rede de enfrentamento à violência foram essenciais para a construção da ferramenta de chatbot, seu conteúdo (questões e demandas mais elencadas), assim como para todo o projeto, o que vamos comentar a seguir.

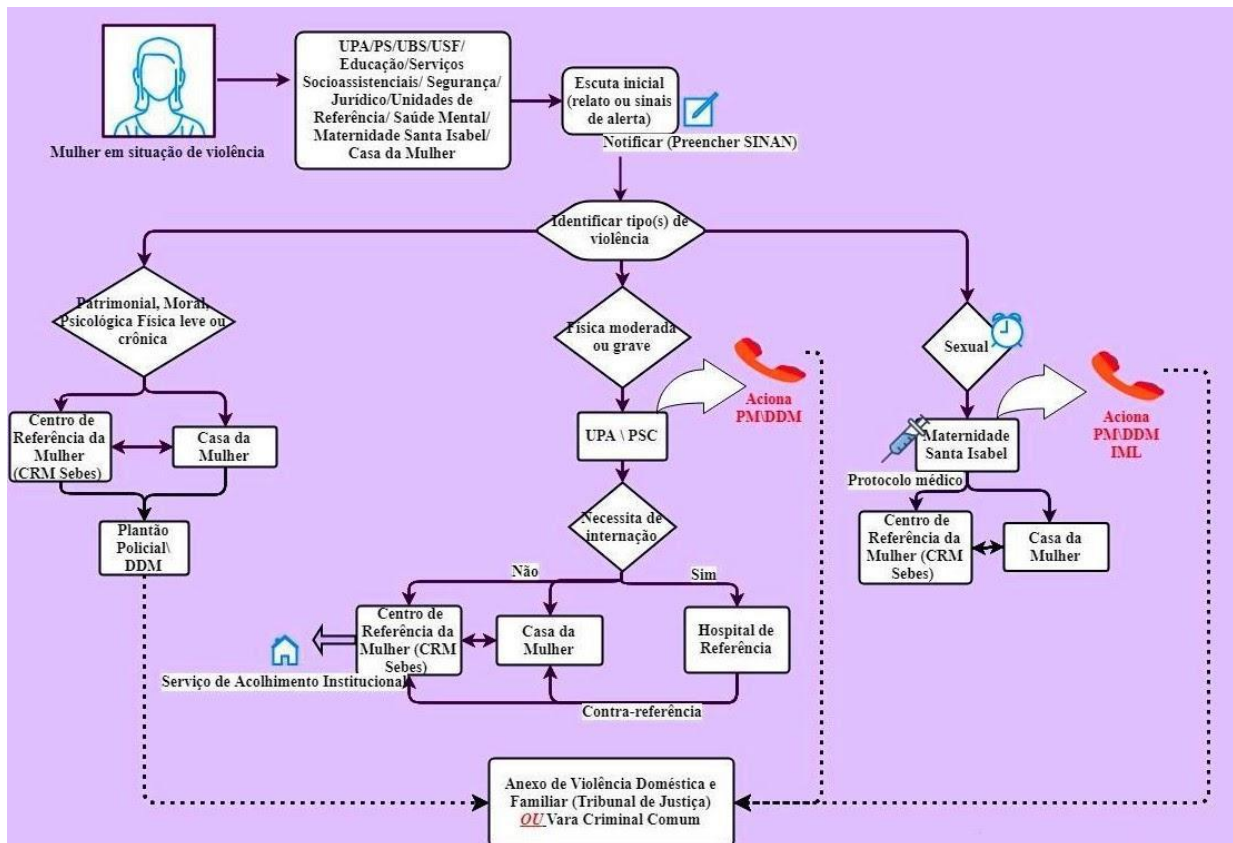
2.4.1 O parceiro na ação: Conselho Municipal de Políticas para as Mulheres

O Conselho Municipal de Políticas para as Mulheres (CMPM) foi criado em 1993 através da Lei 3.558 inicialmente com a denominação de “Conselho Municipal da Condição Feminina”. Através da Lei 6.494 do dia 10 de março de 2014 este passou por uma reestruturação sendo renomeado então como o atual “Conselho Municipal de Políticas Públicas para as Mulheres”. A instituição possui caráter consultivo e deliberativo e tem como objetivos, segundo o Art 2º da Lei de Reestruturação do Conselho nº6.494/2014, “[...] Sensibilizar, mobilizar, implementar e divulgar ações em torno desta Política com articulação intersetorial e interinstitucional entre as demais Políticas Públicas com vistas a garantia de direitos do segmento”. (Bauru (SP), 2014).

O conselho atua em duas frentes visando preservar os direitos e a integridade das mulheres, estando ligado assim interligado à Rede de Atendimento que é composta por serviços especializados de execução direta: Centro de Referência da Mulher em Situação de Violência (CRM); Casa da Mulher, Serviço de Acolhimento (Abrigo, Maternidade Santa Isabel/Famesp, Delegacia de Defesa da Mulher (DDM), Polícia Civil e Militar e Anexo de Violência Doméstica e Familiar contra à Mulher de Bauru. E a Rede de Enfrentamento

que é composta pelos serviços públicos ou privados, que em algum momento atendem a mulher em situação de violência, como: Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), Conselhos Tutelares, Ordem dos Advogados do Brasil-subseção Bauru e Organizações da Sociedade Civil conveniadas com o poder público (Figura 1).

Figura 1 - Fluxograma intersetorial de atendimento à mulher em situação de violência



Fonte: SILVA, 2020.

Os órgãos são acionados de acordo com a necessidade relatada pela mulher e conforme o local onde a ocorrência foi relatada, que são os pontos de entrada ou de atenção desta, na rede de enfrentamento (Figura 2).

Figura 2 - Pontos de atenção à mulher em situação de violência em Bauru



Fonte: SILVA, 2020.

A composição da CPM é deliberativa, sendo metade mulheres da sociedade civil, o que já favorece a discussão e a proposição em conjunto no que diz respeito a políticas públicas e novas possibilidades de mudanças nas ações realizadas tendo em vista os múltiplos olhares que compõem o órgão.

Ficou bem claro nas reuniões que existe uma grande sinergia por parte das estruturas internas em melhorar e contribuir com as Redes, ainda que, grande parte das ações necessitem de um orçamento prévio para que sejam organizadas e aprovadas várias ações são buscadas pelas próprias integrantes e dialogadas, reconhecendo assim, algumas falhas internas do próprio conselho.

Os Conselhos, evocam o enraizamento e o pertencimento do indivíduo, uma vez que é composto pela sociedade civil e é por essência a expressão da coletividade, um espaço no qual devem ser tomadas as decisões conjuntas em prol de todos. Neste ambiente pode ocorrer a deliberação, ato de discussão para a tomada de decisão, entre a sociedade civil e os órgãos de poder, a fim de gerar políticas públicas que de fato tenham relevância para os interesses públicos. Eles representam desta forma uma ponte que une os lados para a realização de ações na sociedade. É um instrumento democrático do Estado Moderno (CEPÊDA, 2012).

Assim, a parceria firmada com o Projeto de Extensão “Faces da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP”

demonstrou ter abertura por parte da Instituição e assim possibilitou o diálogo com a universidade, demonstrando confiança na tentativa de dar maior visibilidade aos serviços oferecidos e, principalmente a função primordial que este possui na região: acolher e proteger mulheres em situação de violência. Também ajudou muito a levantar informações para compor o conteúdo do chatbot que foi elaborado por bolsistas e voluntários do projeto, que descrevemos a seguir.

2.4.2 O projeto “FACES da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP”

Este projeto de extensão “FACES da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP” teve início no ano de 2018 na Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Bauru. Vinculado especialmente ao curso de Relações Públicas (RP) e coordenado pelas Profa. Dra. Célia Maria Retz Godoy dos Santos e a Profa. Dra Tamara de Souza Brandão Guaraldo. Um dos seus objetivos é levar os alunos a aplicar as técnicas e teorias dos cursos de comunicação junto à comunidade de forma a contribuir com a aprendizagem e com a sociedade, pois segundo a PROEX (Pró-Reitoria de Extensão Universitária e Cultura) os projetos de extensão se situam:

Sob o princípio constitucional da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, é um processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre Universidade e outros setores da sociedade.

Desta forma, buscando a imersão dos alunos e a interação com a sociedade e a aplicabilidade do que se encontra na academia, o projeto conta com a participação de bolsistas ligados à Pró-Reitoria de Extensão Universitária e Cultura de cursos da graduação e pós-graduação e com participações voluntárias de estudantes de vários cursos de comunicação interessados pelo tema trabalhado.

A ação inicial do referido projeto em conjunto com o Conselho Municipal de Políticas Públicas para Mulheres (CMPPM) foi em 2019 com a organização da "Oficina de

estudos e formação: faces do atendimento à mulher" na qual reuniu-se membros da Rede para uma reflexão sobre os serviços de atendimento na cidade. Em 2020, por solicitação do CMPM, foi realizada uma pesquisa quantitativa para levantar maiores informações sobre o nível de conhecimento da população sobre as políticas públicas e serviços prestados pela rede de enfrentamento/atendimento a violência e aspectos mais gerais sobre a compreensão das residentes na cidade em relação a percepção desta problemática. Com o início da pandemia, no entanto, o objetivo se alterou adequando-se ao novo contexto vivido pelo Brasil e os novos desafios impostos por esse período.

Assim, a pesquisa sobre violência doméstica no período pandêmico em Bauru pôde revelar dados alarmantes sobre o tema, bem como algumas fragilidades da comunicação e da disseminação da informação realizada pelos órgãos públicos responsáveis pela preservação de direitos das mulheres. Desta forma, com este panorama revelador foi possível alinhar e criar as estratégias de comunicação e fazer novos questionamentos sobre o comunicar e informar nos quesitos efetividade e comunicação pública.

Trabalhou-se ainda a relação de mediação das relações públicas, uma vez que foi preciso realizar reuniões, expor o que foi planejado, argumentar, votar, proporcionar espaços para diálogos e iniciar parcerias. O projeto ouviu e participou de várias reuniões com integrantes do CMPM, da Secretaria Municipal do Bem-estar Social (SEBES), da Coordenadoria Municipal da Mulher (CMM), do Anexo da Violência Contra a Mulher, dentre outros.

2.4.2.1 Ações já realizadas no Projeto

Com a parceria estabelecida, as ações de comunicação foram desenvolvidas para que o projeto contribuísse juntamente com o CMPM e as demais instituições parceiras no combate à violência. Assim, no ano de 2021 das ações formuladas, algumas foram postas em prática, dentre elas:

- *Diagnóstico da comunicação*: realizado sobre o CMPM e a Rede de Atendimento, a partir de um *briefing* e dos encontros feitos, a fim de

compreender os desafios, o funcionamento das instituições e as possibilidades comunicacionais viáveis.

- *Planejamento de lives*: Tendo em vista que o CPM possui páginas nas redes sociais que não são frequentemente atualizadas, foi criado um cronograma de lives com conteúdo informativo para as mulheres da região.
- *Projeto de identidade visual*: Observou-se que o CPM não possuía uma identidade visual própria e que de fato expressasse o que ele representa, por isso elaborou-se um novo logotipo de acordo com as diretrizes expostas pelas conselheiras. Também na perspectiva de integração e do fortalecimento da comunicação integrada construiu-se a identidade visual da CMM e da SEBES. Nesta etapa foi imprescindível a mediação entre atores da Rede para firmar parcerias, dentre elas a empresa de design LM&Co de Lucas Melara. As propostas de identidade visual foram apresentadas e explicadas pelas integrantes do projeto e, posteriormente escolhidas pelas conselheiras para atender aos atributos e intenções esperadas pelo CPM.
- *Participação do projeto em audiências públicas*: Para a discussão e apresentação das ações de enfrentamento.
- *Desenvolvimento de banners e busdoor*: Tendo em vista a extensão de Bauru e que essas peças podem ser utilizadas como fonte de divulgação das formas de acesso aos serviços da Rede de Atendimento, foram desenvolvidos banners e busdoor para serem expostos em pontos estratégicos na cidade em parceria com a publicitária voluntária Aline Umann e com recursos para a veiculação da FUNDEB – Fundação para o desenvolvimento de Bauru.
- *Modelagem e criação do Chatbot*: Ferramenta ou software que será utilizado para orientação às vítimas de violência, via respostas de várias questões a partir deste assistente virtual, que pretende esclarecer com linguagem fácil e claras os diferentes processos de denúncias.

2.4.2.2 A pesquisa sobre Violência na região de Bauru

A cidade de Bauru é considerada de médio porte, apresentando segundo o IBGE de 2021 uma população estimada de 381.706 pessoas e uma extensão de 667,684km². Para a aplicação da pesquisa, a cidade foi dividida em quatro regiões, segundo os critérios do Plano Diretor Urbano Municipal, a fim de contemplar de forma mais abrangente as localidades e coletar dados para identificar as características dos moradores de cada uma delas.

A pesquisa desenvolvida em parceria com o Conselho Municipal de Políticas para Mulheres de Bauru (CMPM) foi quantitativa e realizada durante o contexto de isolamento social. Esta teve como objetivo descrever os perfis das respondentes quanto à faixa etária, gênero, número de filhos, estado civil e o local de moradia na cidade, como também pretendeu levantar como as pessoas se informam, como as informações são filtradas e qual conhecimento sobre violência doméstica.

O questionário contou com contribuições e sugestões da presidente do Conselho e das conselheiras, ganhando mais significado no levantamento de assuntos de interesse da Instituição. Também foi realizada uma consulta à juíza do TJ-SP Anexo de violência doméstica, Daniele Mendes de Melo, que em reunião online sugeriu ajustes no questionário, para o início do pré-teste. Conforme a equipe de autores que a desenvolveu:

O formulário de pesquisa foi estruturado em três seções de perguntas: a primeira, referente aos meios de comunicação pelos quais as pessoas se informam no seu cotidiano e algumas perspectivas sobre a violência doméstica; a segunda que avaliou o nível de concordância para com algumas frases e situações que envolvem os tipos de violência contra mulheres; e a terceira e última buscou caracterizar o perfil dos respondentes. (GUARALDO; SANTOS; AVELINO, 2020, p.38)

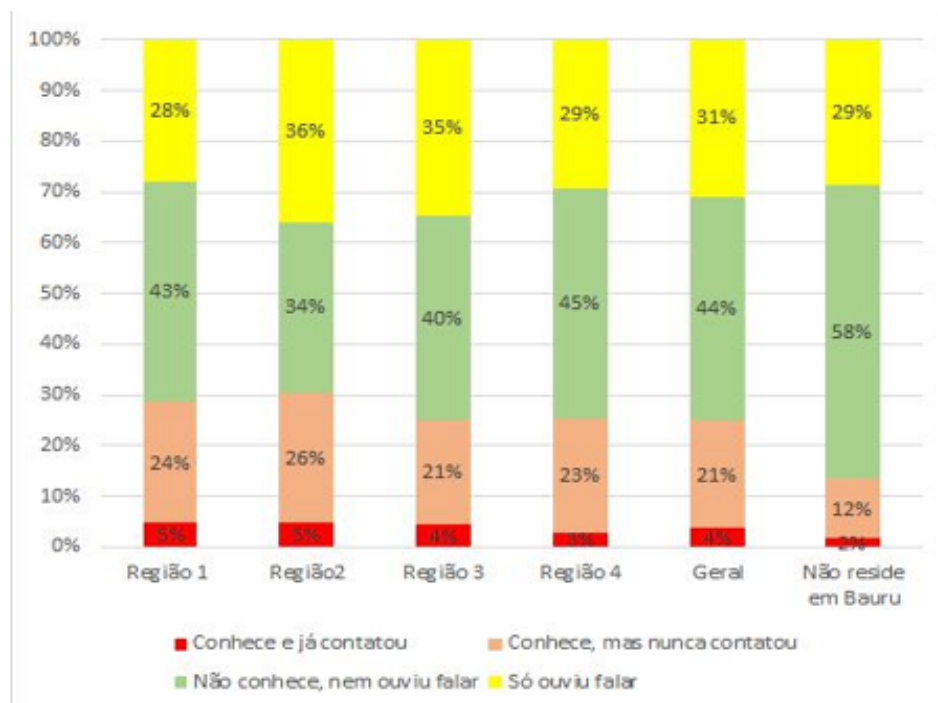
Dentre os resultados apurados da amostra de 654 respostas válidas, verificou-se que poucas mulheres assinalaram conhecer a atuação da CMPM e, conseqüentemente, suas atribuições em caso de violência.

Menos de 1% das mulheres entrevistadas citou a Casa da Mulher e o CMPM. O desconhecimento sobre essas instituições pode indicar a falta de comunicação ativa e eficiente com este público. Afora isso, somente 25% das respondentes afirmou conhecer o CMPM de Bauru, o que justifica

pensar que - embora não seja prioridade o Conselho ser conhecido pela população – como ele é uma instância que defende os direitos desta, pelo menos suas ações deveriam ser conhecidas e se refletir na rede de enfrentamento para as mulheres - o que aparentemente não tem acontecido de maneira geral na comunidade. (GUARALDO; SANTOS; AVELINO, 2020, p.38)

Como é possível observar na figura 3, apenas 1% conhece e já contatou o Conselho. O restante nunca ouviu falar (58%), só ouviram falar 29% e conhecem mas nunca o contataram somam 12%.

Figura 3 - Nível de conhecimento sobre o Conselho



Fonte: GUARALDO; SANTOS; AVELINO, 2020.

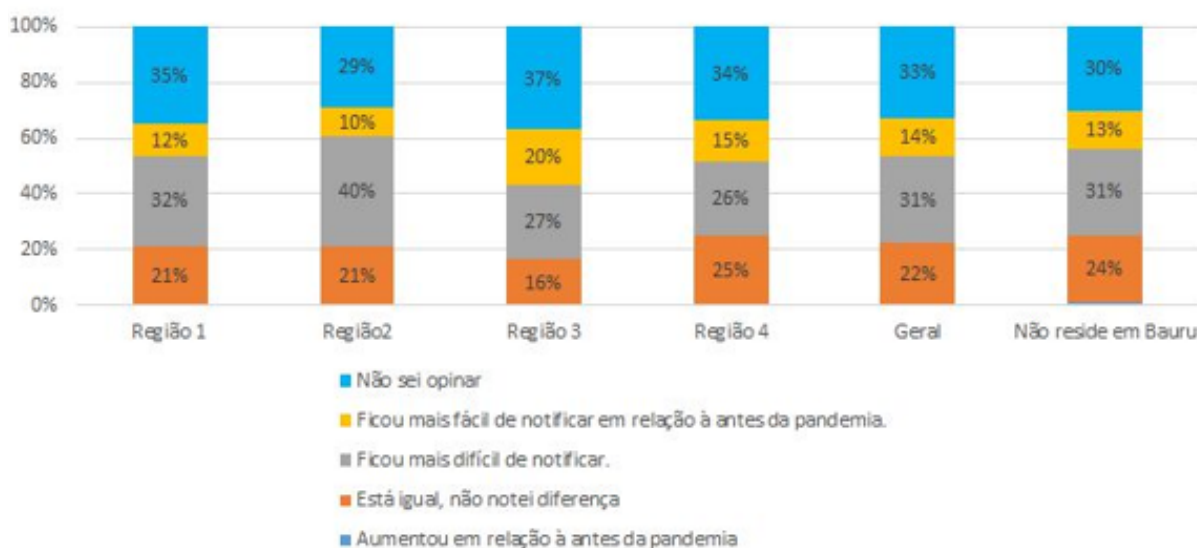
A figura 4, traz os dados sobre o grau de dificuldade para notificar as violências após a pandemia, sendo que nos resultados gerais (referente a penúltima coluna da direita no gráfico) 31% das respondentes consideraram ser mais difícil notificar, ou fazer uma denúncia no período de isolamento social.

É sabido que as denúncias já são, habitualmente, muito difíceis de serem feitas pela própria natureza da violência, especialmente, as de crimes de violência sexual contra mulheres e adolescentes. Com o isolamento, a subnotificação cresceu em todos os tipos

de violência, pois se tornou ainda mais difícil a denúncia porque as vítimas ficaram mais isoladas das instituições ou de outras pessoas e canais nos quais elas poderiam pedir ajuda.

A elaboração do chatbot é uma das estratégias que poderia ajudar nesta denúncia orientando e esclarecendo formas de auxílio online, sem comprometer a denunciante que fica anônima e protegida de seu agressor - pois não promove nenhum registro no celular ou nos equipamentos pelos quais se faz a consulta.

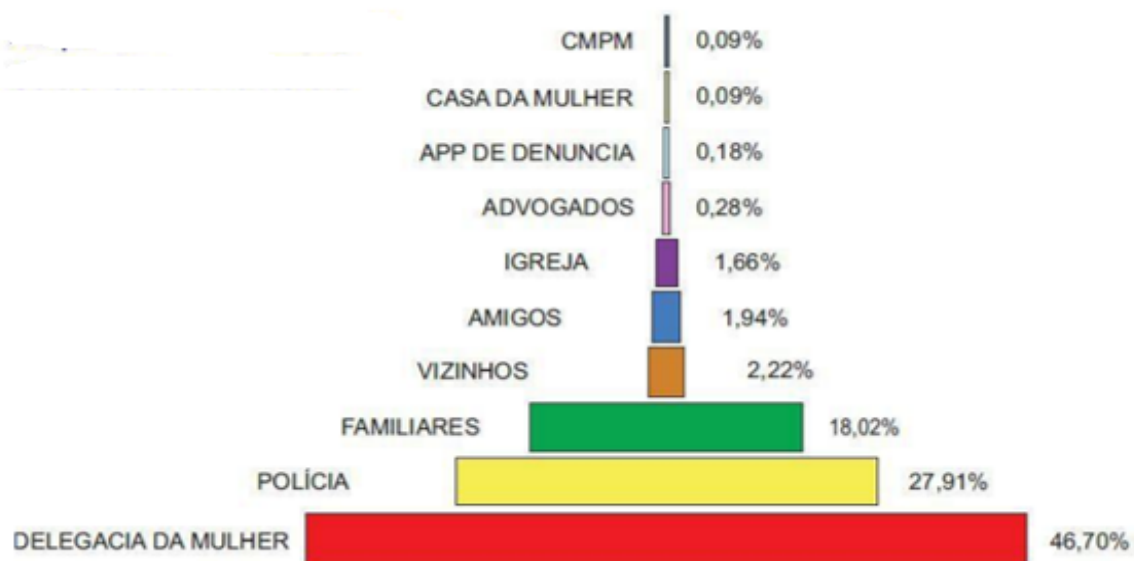
Figura 4 – Avaliação da dificuldade de denúncia no período da pandemia



Fonte: GUARALDO; SANTOS; AVELINO, 2020.

Por fim, ainda sobre este levantamento junto às mulheres de Bauru, a figura 5 traz a informação sobre a quem recorreriam para fazer uma denúncia, o que em sua grande maioria - 46,7% apontam a Delegacia da Mulher. Outros 27,9% disseram recorrer à Polícia e 18% aos familiares.

Figura 5 - A quem recorre para fazer a denúncia



Fonte: GUARALDO; SANTOS; AVELINO; 2020.

Este dado constata que as mulheres da região conhecem a Delegacia da Mulher, um dos órgãos da Rede de Enfrentamento a violência, porém como o CMPM é um órgão deliberativo coletivo que visa promover políticas para eliminar a discriminação contra a mulher e assegurar sua participação nas atividades políticas, econômicas e culturais do país, ele é uma das últimas alternativas que elas indicam no caso de uma denúncia: mesmo possuindo estrutura para direcioná-las ao atendimento da Rede.

Outro dado a se comentar é o percentual de mulheres que declararam procurar alguém próximo, familiares ou organizações religiosas, o que demonstra a importância de uma comunicação mais ampla para a comunidade, tal como o chatbot, no qual será possível receber instruções a respeito de quem procurar e os trâmites legais necessários quando na violação de direitos. Assim foi observada a presença de violência nas famílias e os dados apontam que a maioria dos casos de agressão contra a mulher ocorre em seus próprios lares, por isso a importância de projetos de prevenção e intervenção junto a essa população para diminuir os fatores de risco e a perpetuação do fenômeno.

2.4.2.3 O Diagnóstico que orientou a ação do Chatbot

Os resultados da pesquisa juntamente ao que foi ouvido e consultado durante as reuniões e ações com o Conselho (CMPM) geraram um diagnóstico com o objetivo de aprofundar nos problemas que este poderia ter e então traçar estratégias que pudessem ser realizadas pelo Projeto “Fases da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP”.

Como dito, diante dos dados levantados na pesquisa o projeto traçou estratégias de comunicação referentes a vários aspectos, especialmente sobre a divulgação e maior fornecimento de informações e orientações.

Dentre as propostas a serem executadas foram discutidas ações que facilitassem o acesso à informação das mulheres, assim como tornasse mais humano o processo de atendimento destas em caso de violência, e facilitasse o acesso aos serviços oferecidos pelo Estado. Seria preciso ampliar a comunicação e a orientação sobre como usufruir dos serviços públicos de enfrentamento a essa problemática e o que fazer, além de esclarecer sobre os direitos e leis que as protegem na sociedade.

Para isso, a partir dos dados levantados elaborou-se a Análise SWOT sobre o Conselho – que consiste numa ferramenta de gestão para o planejamento estratégico de organizações e novos projetos – demonstrada na figura 6.

Figura 6 – Matriz SWOT: base para o plano de comunicação

A M B I E N T E I N T E R N O	FORÇAS	OPORTUNIDADES	A M B I E N T E E X T E R N O
	<ul style="list-style-type: none"> • Alto engajamento interno: membros compromissadas com as causas; • Diálogos e compartilhamentos; • Perspectivas de aprimoramento; • Pluralidade de indivíduos; • Rede de enfrentamento e atendimento direcionadas ao tema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aberturas para parcerias estratégicas e busca de recursos; • Potencial de ações em desenvolvimento; • Retorno gradual das atividades (“pós” pandemia); • Ações de comunicação voltadas para as ruas e onlines; • Inserção do chatbot no Facebook e site da Prefeitura; • A criação de um site do CPM minimizaria o impacto da rotatividade ao armazenar informações importantes para as conselheiras; • Elaborar estratégia de crescimento para atingir mais pessoas e trabalhar com a conscientização social; • Conscientizar a população sobre o que é o conselho e também divulgar os serviços da Rede; • Aprimorar a parte técnica da Comunicação Digital unindo a transmissão das redes em compartilhamento; • Melhorar a divulgação nos bairros e em âmbito local com uso de mídia urbana como busdoor, abrigo de ônibus; banners. 	
	FRAQUEZAS	AMEAÇAS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco reconhecimento do órgão e suas funcionalidades em Bauru; • Identidade visual genérica e não reconhecida; • Falta de pessoas para realizarem ações de comunicação e um setor direcionado/ um responsável para esta atividade; • Informações centralizadas e muitos setores envolvidos; • Alto fluxo de informação; • Poucos repasses ao público e não uso das redes com potencial máximo; • Poucos conteúdos disponibilizados sobre a temática de forma organizada, não existe cronograma; • Fluxograma que explica o atendimento não é facilmente compreendido pelas mulheres; 	<ul style="list-style-type: none"> • Mulheres desconhecem serviços de atendimento na cidade; • Profissionais do atendimento também têm dificuldade em orientar a mulher em situação de violência; • Falta de verba do CPM e da Rede impedem a realização de campanhas de comunicação para promover e explicar o atendimento à mulher em situação de violência na cidade. 	

Fonte: Autoria própria, 2022.

Ressalta-se que a desnaturalização da violência contra a mulher é algo recente, pois possui ainda muitas heranças do patriarcalismo, sendo que as razões pelas quais elas não denunciam seus agressores, vão desde a dependência afetiva e econômica de seus parceiros; por terem medo de possíveis novas agressões; até a falta de confiança nas instituições públicas que são responsáveis pelo enfrentamento da violência contra elas.

Logo, existe a necessidade de uma rede de enfrentamento forte, segura que oriente claramente os processos de denúncia e apoio a essa vítima, que não conta, muitas vezes, com o apoio familiar para denunciar o agressor.

Assim, uma das ações planejada e desenvolvida foi a construção de um chatbot que pudesse informá-las e orientá-las, quando em situação de violência, de forma anônima, célere e de fácil acesso. Com base nas forças e oportunidades e, tentando minimizar as fraquezas e ameaças partiu-se para a modelagem de conteúdo e construção do chatbot, apresentado no próximo item brevemente, sob o qual nos deteremos no plano de comunicação neste estudo.

3. BEL: O CHATBOT COMO FERRAMENTA DE INFORMAÇÃO

Segundo o blog da empresa Take Blip (2019), um chatbot é “um *software* que conversa com uma pessoa de maneira tão natural quanto você é capaz de imaginar, atendendo suas necessidades de forma rápida e assertiva”, logo, são ferramentas que podem ser cada vez mais exploradas e utilizadas como recursos na comunicação pública, uma vez que realizam tarefas numa determinada área do conhecimento, interagem de forma humana com as pessoas e podem agilizar o acesso à informação e as ações de atendimento às mulheres. “Os chatbots são capazes de reduzir passos para satisfazer as necessidades pontuais das pessoas, oferecendo uma experiência mais interativa e objetiva, alterando até mesmo a forma como os seres humanos interagem com a tecnologia”. (PEREIRA; PINHEIRO, 2018, p.4).

A assistente virtual Bel foi desenvolvida por uma das integrantes do projeto Faces, Laryssa Ramos de Cássia Gomes, mestranda no Programa de Pós-Graduação de Mídia e

Tecnologia, da Faculdade de Artes, Arquitetura, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Esta desenvolveu o protótipo da ferramenta e realizou a modelagem de conteúdo, que seria disponibilizado no sistema, o que envolveu um levantamento de informações e pesquisa aprofundada junto às conselheiras da CPM e agentes da rede de enfrentamento à violência doméstica em Bauru.

Na primeira etapa foi planejada a coleta de informações; o local de hospedagem do chatbot e o caminho teórico a ser realizado para sua implantação, assim como as parcerias e suportes a serem firmadas, tais como a do programador Ewerton Bermejo da Silva. Em um segundo momento, para que houvesse uma compreensão melhor sobre a totalidade dos serviços prestados e entender o que a mulher vítima de violência pudesse vir a requerer de informações sobre o processo, foi aplicado um formulário a ser respondido pelos especialistas (agentes e participantes da rede de atendimento), a fim de construir a modelagem de conteúdo deste: as perguntas e respostas que ele deveria conter.

A partir do chatbot, pode ser possível diminuir as dificuldades em registrar queixas contra os agressores. Será mais fácil acessar as informações num momento mais propício, num lugar mais acessível ou até dentro de casa. Pode-se escolher quando acessá-lo e entender melhor as orientações, sem que essas fiquem registradas e possam trazer problemas, caso o agressor tenha acesso. (GOMES, 2021, p.47).

Por sugestão do parceiro Ewerton Silva ficou estabelecido que seria elaborado na plataforma gratuita “ManyChat” e sua hospedagem inicial seria no Facebook do próprio Conselho (CPM), o que possibilitaria acesso franco, anônimo e a qualquer hora pelas usuárias da rede.

3.1 IDENTIDADE E CONSTRUÇÃO DA BEL

O nome BEL, da assistente virtual é uma homenagem à Marizabel Moreno Ghirardello, ex-presidente do CPM, que dedicou grande parte de sua vida na luta contra a violência e a acolhimento à mulher, assim como foi a ponte para o estabelecimento da parceria entre essa Instituição e a Unesp, o que resultou no Projeto Faces. Marizabel,

apelidada carinhosamente de “Bel”, faleceu no ano de 2020 e não pôde ver algumas das ações propostas implementadas. Portanto, como forma de homenageá-la e perpetuar o seu legado nomeamos a assistente virtual de “Bel”, sendo essa assim a personificação de uma mulher que orienta, guia e protege as outras disseminando informação.

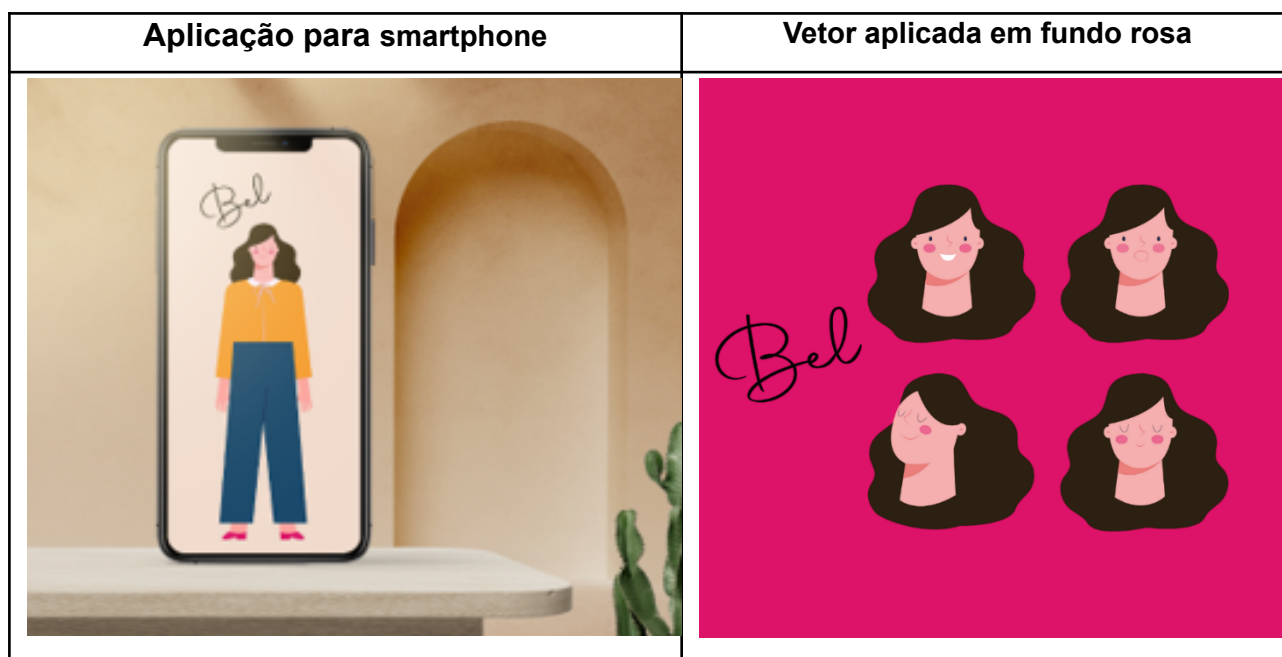
Outra fundamental parceria firmada para a elaboração do chatbot Bel foi com o designer e fundador da LM&Co, Lucas Melara e sua equipe composta por Ariadne Franco Mathias e Dânica Machado, que contribuíram voluntariamente com o desenvolvimento da identidade visual da assistente virtual.

A criação de uma identidade visual para a Bel é um fator muito importante no que diz respeito a sua identificação e unicidade na sociedade enquanto ferramenta digital, uma vez que atribui características únicas pelas quais será reconhecida e também atributos que a tornam um recurso confiável de busca.

Identidade visual é um sistema de signos criado, organizado e disposto segundo critérios e princípios que visam representar, caracterizar e comunicar a identidade visual da marca. Pela identidade visual, o invisível se torna visível. Por meio dos elementos visuais outorga-se personalidade à marca, fazendo com que ela se diferencie das outras. Deste modo, a identidade visual é um sistema que proporciona unidade e identidade a uma empresa, a um grupo ou uma instituição, bem como a seus produtos ou serviços (MOZOTA, 2009, p.18 apud ROSSI, 2015, p.3)

Além disso, as características desenhadas para a Bel por Melara (2021) dão mais humanidade e leveza à assistente virtual que serão traduzidas, quando a ferramenta estiver em uso, em mais confiança, simpatia e acolhimento por quem busca por informações ou apoio para o enfrentamento da violência vivida por ela ou por alguém próximo. Assim, a chatbot Bel é uma mulher adulta, determinada, que procura acolher as demais. A figura 7 traz uma breve ideia da identidade visual desta, em aplicação para smartphone e em um fundo rosa.

Figura 7 – Aplicações da identidade visual da Bel



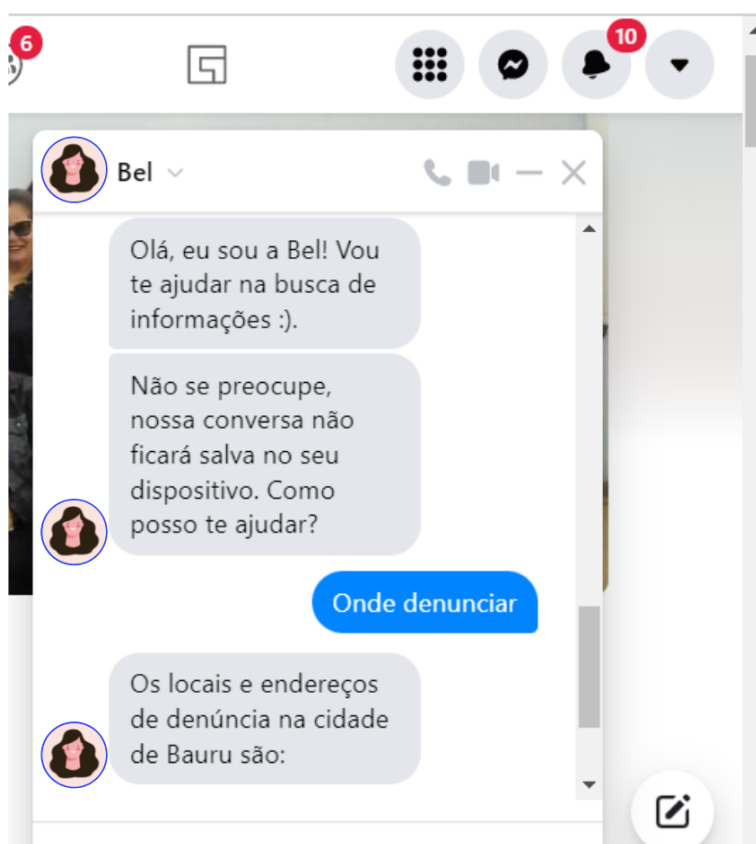
Fonte: MELARA, 2021.

A principal função da assistente virtual Bel é facilitar o acesso e a busca por informações a respeito da violência doméstica de forma anônima e segura para a vítima. Desta forma, busca-se na Bel a possibilidade de realizar pesquisas e sanar dúvidas das mulheres e de pessoas que busquem informações sobre violência de forma sigilosa e confiável sem que as mensagens fiquem visíveis no dispositivo de acesso após o término da conversa, garantindo que o agressor não tenha acesso a elas e que esta mulher sinta maior segurança na hora de buscar um ponto de denúncia, portando maiores informações sobre os procedimentos e as vias de acesso aos seus direitos de cidadã.

Assim, foi realizado um levantamento com as conselheiras sobre as principais dúvidas das mulheres atendidas e os frequentes desencontros na comunicação que estas observam no dia a dia foi possível criar um conjunto de palavras chaves que o chatbot terá no seu banco de dados para responder às questões e dúvidas, além de esclarecer sobre a forma e os documentos necessários para uma denúncia. A Bel também pretende esclarecer sobre os locais de atendimento, os contatos para emergências, as leis de proteção, os serviços disponíveis na Rede, tipos de violência doméstica e onde encontrar um local mais seguro e próximo em caso de agressão. Pensa-se também que

futuramente o chatbot possa ser um canal de denúncias virtuais. Desta forma, os chatbots como ferramenta provida dos avanços tecnológicos podem ser usados no relacionamento entre pessoas e as organizações e se inserirem nos contextos sociais permitindo que por meio da internet que os “[...] indivíduos, grupos, empresas, escolas, universidades, organizações em geral, se comuniquem através de uma rede enorme, estável, relativamente barata e acessível a muitas pessoas por meio de computadores.” (TERRA, 2005, p. 2).

Figura 8 - Exemplo de conversa com a Bel



Fonte: Autoria própria, 2022.

4. O PLANO DE COMUNICAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA

O planejamento das ações de comunicação contribui para dar foco ao que foi pensado no projeto Faces e para que haja uma distribuição das ações em etapas, de forma que a execução delas ocorra de forma eficiente e eficaz para que então alcancem

os objetivos a que se propõem. Como dito, o referido projeto tem programado várias atividades de comunicação, algumas já iniciadas e outras que serão postas em prática, após a hospedagem da assistente virtual à página do Facebook do CPM, logo, para que ocorra o melhor entendimento do público a respeito deste software e para que este atue realmente como fonte de informação e acolhimento das mulheres o plano de comunicação apresentado busca contemplar as atividades que apresentem e aprimorem o chatbot dando continuidade a todo o trabalho já realizado até então. Neste caso, entendemos planejamento, conforme Kunsch (2013, p. 316) como sendo:

[...] um instrumento para a eficácia das atividades de relações públicas porque evita a improvisação, oferece maiores possibilidades para a consecução dos objetivos e o cumprimento da missão organizacional, permite racionalizar os recursos necessários e dá uma orientação básica, capaz de permitir a avaliação dos resultados.

O exercício desta função estratégica de relações públicas só é viável se houver um planejamento (KUNSCH, 2013), porque as ações pensadas e organizadas direcionam o passo a passo do que será realizado e dão maior abrangência e noção do que deve ser feito após a implementação do chatbot. Pode-se considerar também o poder de mobilização que o planejamento enfatiza, apesar dos obstáculos que este deve ultrapassar, fazendo com que a comunicação realizada seja útil e promova a mobilização dos públicos em prol do coletivo e de ações que dizem respeito ao público em questão.

Henriques, Braga, Mafra (2007) ressaltam a importância da coordenação dos canais de veiculação num plano de divulgação e comunicação, atentando para o fortalecimento dos vínculos com os públicos de interesse. Eles dizem que:

O desafio da coordenação de ações é justamente o de gerar e manter canais desobstruídos para a comunicação, para que os públicos interajam entre si e com o movimento, de uma forma que não seja caótica e aleatória. O planejamento da ação comunicativa deve existir no sentido de permitir a tomada de posições a respeito de questões críticas e estratégicas e de motivar, associar e integrar os diversos públicos através da criação, da manutenção e do fortalecimento dos vínculos de cada público com o projeto instituído." (HENRIQUES, BRAGA, MAFRA, 2007, p.6)

Portanto, percebe-se que o plano de comunicação deve estar inserido no planejamento geral, delimitando as estratégias, os prazos e voltando-se para a formalização dos processos escolhidos, é a apresentação sistematizada e justificada da tomada de decisões do planejamento. No caso deste Trabalho de Final de Curso, o plano que se apresenta é sobre uma das ações realizadas pelo projeto “FACES da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP” em parceria com o CPM, ou seja, sobre o chatbot, denominado de Bel.

Este plano se justifica, pois caso este assistente virtual não obtenha visibilidade junto à comunidade, sua função ficará restrita enquanto disseminador de orientações e informações para as vítimas de violência, mulheres e adolescentes: objetivos primordiais, que detalhamos a seguir.

4.1 Objetivos do planejamento

O objetivo do planejamento para o assistente virtual é especialmente divulgá-lo, implementá-lo e analisar sua eficácia como ferramenta de informação. Vale ressaltar que a participação no Projeto de Extensão proporcionou uma visão mais ampla da temática da violência e uma noção melhor sobre o relações-públicas como intermediador e proponente de ações de cunho social e coletivo no âmbito da comunicação pública. Por isso, inicialmente, propõem-se ações para entendimento da nova ferramenta, possibilitando o contato de algumas pessoas para conhecê-la, disseminá-la e avaliá-la como mecanismo de interação com a comunidade. Além disso, pretende-se explorar, via feedback coletivo e participativo, dados para subsidiar o aperfeiçoar do conteúdo do chatbot e ampliar a discussão no CPM sobre o uso desta, para ajudar na socialização dos serviços da Rede. Para tanto, foram pensadas ações de inserções desta plataforma, de modo a suprir, pelo menos em parte, a necessidade informacional da mulher em situação de violência que a acessa ou de outra pessoa que possa orientá-la quando necessário.

De forma geral, as ações previstas pretendem divulgar e gerar entendimento do que é a Bel, como também incentivar e construir diálogo, mobilização e mudanças importantes que atendam ao segmento, além de contribuir com o propósito do Conselho

Municipal de Políticas para as Mulheres, em sua atuação em Bauru, tornando-o reconhecido como órgão de acolhimento e prestação de serviços às mulheres.

4.2. Organização e etapas da divulgação

É notório que os meios de comunicação deram uma contribuição enorme para o desenvolvimento do ser humano, isso devido ao alcance significativo que têm. No entanto, com a chegada da internet, a comunicação deixou de ser um elemento social importante e passou a ser algo essencial. A divulgação do chatbot, por ser um assistente virtual – essencialmente ligado ao digital -, é um processo multidimensional associado a um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação. Por isso, a importância de socializá-lo via internet de acordo com as necessidades, valores e interesses dos possíveis usuários deste serviço.

Assim, as ações foram subdivididas em antes e depois da implementação do chatbot, pois é necessário que se finalizem algumas execuções técnicas iniciadas e que o pré-teste interno seja realizado, para que, posteriormente, sejam empregadas as técnicas de veiculação do mesmo. A previsão de implementação será no dia 30 de abril – Dia Nacional da Mulher, como marco de lançamento da ferramenta, primeiramente hospedada no Facebook do CPM. Portanto, as fases iniciais serão de preparação dos materiais e de comunicação de *teaser*, desenvolvido para antecipar o seu lançamento, gerando uma expectativa maior no público, para então chamar atenção e despertar o desejo de uso do serviço. Após a inserção da Bel ao Facebook do Conselho iniciam-se os próximos passos relativos à divulgação propriamente dita, tanto para a população em geral, como junto a rede do Facebook.

4.2.1 Briefing

O objetivo do briefing com os elaboradores do chatbot é levantar mais informações sobre seu funcionamento técnico e sobre as possíveis pendências no quesito aplicabilidade, alinhando a demanda levantada no pré-teste com a implementação no Facebook.

4.2.2 Mapeamento de instituições e projetos em Bauru

Partindo do ponto de que o CMPM é composto em sua grande parte por integrantes da sociedade civil e observando o potencial da rede de colaboração e ajuda social existente em Bauru, pretende-se criar pontos de contato para apresentar a Bel, demonstrando como ela funciona e como as pessoas podem acessá-la para encontrar as informações que precisam. Assim, as instituições e projetos podem atuar como disseminadoras da informação e uso do chatbot para consulta e junto às campanhas realizadas que envolvam o bem-estar social e a proteção de direitos, para o público feminino e pessoas em situações de vulnerabilidade.

Desta forma, pensa-se no segmento de mulheres com menor acesso à informação e a recursos tecnológicos que possam fazer parte de instituições e outros projetos sociais como voluntárias ou acolhidas. Portanto, o mapeamento pretende levantar essa rede colaborativa que existe na região e apresentar a nova ferramenta por meio de contato direto.

4.2.3 Elaboração de material de apresentação da Bel

Será elaborado um material de apresentação, a ser enviado aos projetos e instituições parceiras e a mídia, que inclui instruções do que é a assistente virtual e como utilizá-la, tendo em vista que é uma ferramenta nova de acesso à informação. O material sobre o teaser também será socializado com a mídia, a rede de enfrentamento e órgãos públicos, além de posts nas redes sociais, em especial o Facebook.

4.2.4 Contato inicial

Após mapeados as instituições e projetos na região que podem contribuir como rede de apoio e de disseminação de informação às mulheres e, principalmente, às que não possuem acesso a ferramenta levando em conta que elas podem também ajudar na divulgação, será iniciado um processo de comunicação dirigida (corpo a corpo), mediante contato, apresentação de material e rodas de conversa, a fim de criar vínculos de confiança e esclarecer os objetivos e propósitos desta no âmbito geral da comunicação integrada do CMPM.

4.2.5 Formulário de impressões e sugestões

Juntamente aos projetos e instituições mapeados e ao CPMMP será realizada uma avaliação do chatbot, mediante formulário online e um acompanhamento das pessoas que se dispuseram a participar das rodas de conversas, para perceber as dificuldades de acesso, usabilidade e possíveis incrementações nas questões implementadas.

O formulário incluirá perguntas fechadas e abertas sobre o uso e grau de funcionalidade, assim como sugestões, pontos fortes e fracos no sentido de melhor gerenciar sua eficácia junto à comunidade. O prazo para esta ação será de um mês após a hospedagem do chatbot no Facebook.

4.2.6 Roda de conversa

Entendendo que a comunicação é “[...] processual, dinâmica e contínua e se viabiliza quando buscamos a interação em suas diferentes formas para que a informação se torne acessível e compreensível como conhecimento [...] (SALOMON; ENGEL, 1997 apud DUARTE, 2012, p.64) pretende-se organizar um encontro com diferentes atores sociais, incluindo os integrantes dos projetos e instituições mapeados e o próprio CPMMP para realizar questionamentos, reflexões e debater o uso do assistente virtual no processo de proteção as mulheres, formas de responder as questões e de ajudar a terem acesso de forma mais célere e eficientes quando em situação de emergência. É uma ação que pretende estimular os debates e reflexões sobre o tema, podendo gerar o engajamento cívico em proposições no combate á violência doméstica, bem como divulgar o chatbot e seu funcionamento junto a rede de atendimento e enfrentamento.

4.2.7 Peças de comunicação com QR Code em locais da cidade.

As ações de comunicação para além do meio online são fundamentais para que mais pessoas conheçam a Bel, assim, conseqüentemente, optou-se também pela divulgação via folders e cartazes com um QR Code inserido que direcione para a Bel no Facebook. Os folders informativos serão distribuídos em pontos comerciais no centro da cidade de Bauru e em locais públicos como igrejas e ônibus no âmbito da zona urbana da

cidade. A divulgação deste pode, indiretamente, promover também o CMPM, uma vez que mais pessoas podem acessar sua página para conhecer mais sobre ele, seguir e receber mais informações e conteúdos postados.

Os recursos necessários para a impressão dos folders e cartazes serão levantados por meio de parcerias que serão firmadas ou reativadas pelo projeto “FACES da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP”, ativando contatos ou realizando uma prospecção. Assim, também as confecções das artes das peças, terão apoio de design e dos comunicadores que colaboram com o Projeto. A distribuição ficará sob a responsabilidade do Conselho e da coordenação da ação.

4.2.8 Peça de comunicação para WhatsApp e Instagram

A evolução crescente do meio digital proporciona cada vez mais agilidade e facilidade na divulgação de informações, produtos e serviços, e por essa razão, saber monitorar e utilizar as ferramentas é de grande importância para a geração de valores e potencial de interatividade. As redes sociais como meio de comunicação individual e/ou pública ou corporativa revolucionaram a forma como as pessoas se comunicam entre si, com a sua audiência ou com os seus públicos. Para Terra (2005, p.7) elas são um canal:

[...] mais barato e acessível às organizações, com a vantagem de que as barreiras geográficas se tornam, a cada dia, mais transponíveis e inexistentes. Assim sendo, as relações públicas têm condições de se valer dela para exercer uma comunicação mais simétrica e mais de mão dupla, pois a Web e seus aplicativos permitem uma personalização e uma interatividade maiores que os demais meios.

O WhatsApp é uma ferramenta bastante utilizada, relativamente instintiva para mandar mensagens de vários formatos e muito rápida, servindo tanto para disseminar informações, como imagens ou documentos. Além disso, já é um software utilizado pelo CMPM e projetos sociais para um contato direto e mais próximo, podendo contribuir muito para a divulgação da Bel, aproveitando as ferramentas tecnológicas para dar maior alcance a ela. Logo, o aplicativo que, assim como as mídias sociais, trouxe a acessibilidade às pessoas comuns e possibilitou estas terem voz e expressarem suas

opiniões, proporciona uma comunicação dirigida de baixo custo e bastante acessível. Também é possível realizar cruzamentos de dados trocando as informações de diferentes grupos e pessoas e estabelecer a comunicação interna mais instantânea e direta, com quebra de hierarquias e ainda oferecer diversas opções de formato para transmitir as informações, o que facilita mais essa entre conselheiras, parceiras, mídia e comunidade para o conhecimento e divulgação da Bel.

Com essa ação pretende-se também resgatar o protagonismo do Conselho Municipal de Políticas Públicas para as Mulheres, parceiro e colaborador, mantendo um canal que pode compartilhar rapidamente informações sobre a Bel, num diálogo mais rápido e transparente e até mesmo de feedback.

No Instagram e Facebook, a intenção é criar peças de comunicação sobre a Bel e suas funções, inserindo-as no cronograma de postagens já elaborado pelo projeto juntamente ao Conselho Municipal de Políticas para as Mulheres com maior foco em apresentar o órgão e outras temáticas importantes sobre a rede de enfrentamento.

4.2.9 Divulgação na mídia local

Como reforço do seu propósito e compromisso para com as mulheres e também como forma de ampliar a divulgação do chatbot na cidade, pretende-se entrar em contato com os veículos de mídia locais que têm um bom alcance na região de televisão e rádio para que o lançamento da assistente virtual seja disseminado e que sua relevância tenha visibilidade através destes veículos tradicionais. Assim, será confeccionado um release explicando sobre a Bel, as suas funções e seu lançamento na página do Conselho, e enviado para as mídias de Bauru selecionadas.

4.3 Desenvolvimento, tarefas e cronograma

Considerando o período vivenciado no projeto e os esforços para que se cumprissem as estratégias em parceria com o Conselho observa-se que todas as atividades comunicacionais desenvolvidas necessitou de certa antecedência para serem realizadas, pois além da aprovação informal era preciso a autorização formal de todas as instâncias envolvidas.

De tal modo, para a implantação da Bel ao Facebook oficial do órgão, foi necessário, além da participação dos atores da Rede para a modelagem do conteúdo das questões que o chatbot iria responder, um diálogo aberto sobre onde e como implementá-lo e a anuência de todos os responsáveis. E, ainda, em meio a este processo, também tivemos a mudança das conselheiras com nova eleição, o que atrasou mais este procedimento.

Por fim, dando prazos e estabelecendo o que deve ser feito para as ações programadas segue o cronograma de execução: figura 9. As atividades serão realizadas pelas integrantes do projeto “FACES da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP” e estão programadas, a priori, para serem distribuídas num período de três meses.

Figura 9 - Cronograma da ação de divulgação do chatbot

ATIVIDADES	INÍCIO	FIM
Realização do Briefing	04/abril	04/abril
Elaboração material de apresentação do chatbot e do release	06/abr	11/abr
Elaboração das peças de comunicação e alinhamento do cronograma de postagem	08/abr	15/abr
Disponibilização e encaminhamentos da peça – WhatsApp para o CPM e integrantes	16/abr	20/abr
Mapeamento e filtro dos projetos e instituições na região	15/abr	30/abr
Envio dos releases para as mídias locais	25/abr	25/abr
Implementação do chatbot após pré-teste (previsão)	30/abr	30/abr
Contato com os mapeados	07/mai	18/mai
Prospecção de parceria para a impressão dos folders e cartazes	09/mai	16/mai
Envio da peça para a gráfica	19/mai	19/mai
Distribuição dos folhetos nos pontos comerciais (Centro - Bauru)	27/mai	27/mai

Realização da roda de conversa	28/mai	28/mai
Aplicação formulário de impressões e sugestões (1 mês após a implementação)	30/mai	15/jun
Análise e avaliação	16/jun	24/jun

Fonte: Autoria própria, 2022

Assim, de forma esquematizada demonstrada na figura 10, as etapas do plano consistem na divulgação da Bel de forma ampla e difundida a fim de que a região seja favorecida pelas atividades desempenhadas e que compreenda as suas funções uma vez que a confiança na ferramenta e o conhecimento da assistente virtual como fonte de informação se fazem importante para sua execução na disseminação de informações sobre violência. Outro ponto fundamental, é que as fases de escuta sobre o chatbot e possíveis dificuldades podem ser analisadas e consideradas nos aprimoramentos e desta forma proporcionar melhorias à Bel.

Figura 10 - Esquema de etapas do plano



Fonte: Autoria própria, 2022.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, percebe-se a importância das técnicas de Relações Públicas tanto na realização da pesquisa e da análise e compreensão do fato, quanto na intermediação da comunicação para realizar mudanças nas instituições públicas e na abrangência desta com seus públicos de interesse. Entende-se que a função da Comunicação Pública neste processo de informar as cidadãs a respeito de seus direitos, orientá-las a um atendimento público adequado e capacitá-las para algumas ações, vai além de favorecer o diálogo com e na sociedade. Significa estimular a efetiva participação do cidadão na fiscalização dos serviços disponibilizados pelo Estado, na criação de mecanismos, tais como o chatbot, capazes de facilitar a informação e fazê-la chegar aos públicos de interesse.

Por fim, é uma das atividades que serve para esclarecer dúvidas e implementar estratégias e ferramentas que possam facilitar a interação entre cidadão e governo, promovendo inclusive a participação da sociedade, nas coletas das demandas, avaliação dos serviços e satisfação com as políticas públicas vigentes.

Desta forma, a ciência e a atividade de relações públicas emergem como área de incontestável relevância no processo de Comunicação Pública, voltada a comunidade sobre o tema da violência contra à mulher, pois contribui especialmente para a interatividade entre a rede de enfrentamento e de atendimento à mulher vítima, além de auxiliar os agentes e prestadores de serviços a orientar a comunidade que sofre abuso estabelecendo canais de comunicação de mão dupla, beneficiando as instâncias públicas e a própria sociedade.

No âmbito da Comunicação Pública, as relações públicas assumem uma função estratégica como protagonista, ao criar relações e espaços mediando os relacionamentos e contribuindo tanto para o engajamento cívico, como para dar acesso às informações de cunho público e de garantia de direitos.

Como participante e voluntária do Projeto de Extensão “Fases da Informação e Comunicação em Saúde: atendimento à mulher em situação de violência em Bauru-SP” as atuações da área frente aos desafios que surgiram no contexto da pandemia (reuniões virtuais, trâmites legais, ruídos) foram inúmeras. A execução destas, o estabelecimento dos diálogos, a mediação entre os públicos envolvidos, a criação de propostas conjuntas

e consensos coletivos, tudo foi realizado, com base na comunicação, procurando atender as demandas do Conselho Municipal de Políticas da Mulher da cidade. Numa somatória de esforços de diferentes públicos em todas as ações, conseguiu-se implementar vários projetos, inclusive colocando os alunos frente às realidades do mundo, num processo de aprendizagem integrador entre o mercado, o ambiente social e a universidade.

Quanto à temática da violência contra as mulheres, é importante que mais ações de comunicação possam ser implantadas, seja para comunicar as mulheres de seus direitos e serviços disponibilizados pelo Estado; para seu empoderamento social; para instruir e orientar sobre denúncias e medidas protetivas; para ajudar no acolhimento frente ao medo e insegurança provocadas pelo agressor; para conhecer os procedimentos legais, enfim comunicar, antes de tudo, é uma questão de cidadania e justiça social, que integra o direito da pessoa à informação e à comunicação.

Em relação mais específica ao projeto da assistente virtual - a Bel - vemos que uma das suas maiores praticidades é a certeza de que a mulher - vítima de violência - será atendida de maneira célere, anônima, segura e padronizada. Os usuários do chatbot saberão que estão falando com um software, mas poderão ter um atendimento personalizado em relação às suas dúvidas, preferências e particularidades. Além disso, os chatbots estão disponíveis em todos os momentos e podem ser acessados pelos mais diversos canais, o que garante que o atendimento seja realizado da melhor maneira possível, sem correr o risco de deixar rastros para que o agressor possa acessar o contato.

Entendemos que a Bel irá contribuir muito para a região informando e tirando dúvidas das mulheres, encurtando e mitigando o caminho da denúncia e do sentimento de solidão, assim como, proporcionando sigilo e mais segurança na busca por informações que lhe sejam fundamentais neste percurso. Conceituá-la como uma Comunicação Pública é também reconhecer que este canal possui importante capacidade de tornar os cidadãos atores sociais articulados, que interajam, debatam, opinem, se informem, dialoguem e participem dos assuntos de seus interesses. Destarte, deve-se não apenas desenvolver uma ferramenta e disponibilizá-la às cidadãs, mas apresentá-la e demonstrar comprovadamente a sua importância, bem como, encurtar o caminho até a informação

buscada. Somente pelo acesso à informação, o cidadão pode ser elevado ao papel de protagonista social e adquirir maior noção de convivência com os demais indivíduos e a comunidade. Por isso, sua disseminação e a possibilidade de acesso facilitado colaboram para a cidadania e perpassam a discussão no âmbito da Comunicação Pública e da atuação do relações-públicas que busca alternativas para melhorar esse processo e as relações do homem na sociedade.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Victor Hugo de Oliveira; ADANIYA, Mario Henrique Akihiko da Costa. Desenvolvimento e aplicações de Chatbot. *Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa*, [S.l.], v. 34, n. esp., p. 56-68, jul. 2018. ISSN 2596-2809. Disponível em: <<http://periodicos.uni.br/index.php/Revistateste/articula/view/297>>. Acesso em: 25 set. 2021.

BARBOSA, Gabriel Ferreira Duarte. *Comunicação pública: uma análise sob a perspectiva da comunicação reticular*. 2018. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação), pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da UNESP. Bauru/SP, 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/165135>>. Acesso em: 10 nov.2021

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. Bases teóricas de gestão da informação: das origens aos desafios na sociedade contemporânea. *Palavra Chave (La Plata)*, v. 7, n. 1, 2017.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. *Construção de Mapas: desenvolvendo competências em informação e comunicação*. Bauru: Cá Entre Nós, 2007.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito et al. Conceito de comunicação pública. In: *Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*, v. 2, p. 01-33, 2007.

BRASIL. Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Lei Maria da Penha. Brasília, DF, ago. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2006/lei/11340.htm>. Acesso em: 16 jun.2021.

BRASIL. Lei nº 12.527 de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no

11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 18 nov. 2011a. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm>. Acesso em: 1.out 2021.

CEPÊDA, Vera Alves. *Formação de Conselhos Municipais: O Papel dos conselhos e conselheiros municipais*. Youtube, 25 set. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Bc5YLcue_EA&t=2461s>. Acesso em: 01 fev.2022.

DA SILVA, Cristiane Aparecida Carlos da. Conselho Municipal de Política para Mulheres: protagonismo no fortalecimento da rede de proteção à mulher no município de Bauru. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ASSISTENTES SOCIAIS, v.16 n. 1, Brasília, 11 p, 2019. Disponível em: <<https://broseguini.bonino.com.br/ojs/index.php/CBAS/article/view/1780>>. Acesso em: 10 jun.2021.

DUARTE, Jorge. *Comunicação pública*. São Paulo: Atlas, p. 47-58, 2007.

_____. *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2012.

_____. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011. p.121-134.

EVA - *Evidências sobre violência e Alternativas para as mulheres*. Disponível em: <https://eva.igarape.org.br/health_system>. Acesso em: 16 jun.2021.

GOMES, Laryssa de Cassia Ramos. O chatbot Bel e sua implantação. [Entrevista concedida a] Natalia Campos. Formato digital. Bauru. 2021.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. *Revista Famecos*, v. 12, n. 27, p. 58-78, 2005. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/iberoamericana/N%C3%83%C6%92O%20https://www.scimagojr.com/index.php/revistafamecos/article/view/3323>>. Acesso em: 06 set.2021

GONZALES, Natália dos Santos. *Comunicação para mobilização social: o jovem como multiplicador de causas de organizações do terceiro setor*. 2017. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação), pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da UNESP. Bauru/SP, 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/152156/gonzales_ns_me_bauru.pdf?sequence=5>. Acesso em: 10 dez.2021.

GUARALDO, Tamara S.B.; SANTOS, Célia Maria Retz Godoy dos; AVELINO, Caroline Marcelino. Desenvolver competências na universidade e sociedade: o enfrentamento à

violência contra a mulher. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*. São Paulo, v. 17, p. 1-15, jul. 2021. ISSN 1980-6949. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1628>>. Acesso em: 28 jul. 2021.

GUARALDO, Tamara S.B.; SANTOS, Célia Retz Godoy dos; AVELINO, Caroline Marcelino; ROJAS, Maria Isabel. *A situação da violência doméstica durante a covid-19: estudo quantitativo online na cidade de Bauru-SP*. Relatório de pesquisa de projeto extensão (restrito), 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/13v93Vs_ermLt-a_ZGsqO9LZHldUDDbkx>.

HENRIQUES, Márcio Simeone; BRAGA, Clara Soares; MAFRA, Rennan Lanna Martins. O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da corresponsabilidade. In: XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom: Manaus – AM - 6/09 de 2000. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/8c92b3fe2872c4bf89b_a9889e1593515.pdf>. Acesso em: 20 nov.2021.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. Summus editorial, 2003.

NOVELLI, A. L. C. R. O papel institucional da Comunicação Pública para o sucesso da governança. In ORGANICOM. São Paulo: v. 3, n. 4, 2006, p. 74 -89. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/issue/view/10214>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

PEREIRA, Gabrielle; PINHEIRO, Marco Antônio. Conversando com robôs: O uso de chatbots na comunicação de marcas no Facebook Messenger. In: XIX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL. Intercom: Cascavel - PR – 31/05 a 02/06/2018. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-0725-1.pdf>>. Acesso em: 10.jun.2021.

GUARALDO, Tamara de Souza Brandão; SANTOS, Célia Retz Godoy dos. Pesquisa, informação e comunicação em saúde: o perfil social e as práticas de mulheres de Bauru/SP. In: XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO ENANCIB, 2019. (Gt 11 – Informação & Saúde).

ROSSI, Carolina Silva. O papel da identidade visual e do design na comunicação com empregados. In: COMUNICAÇÃO COM LÍDERES E EMPREGADOS. São Paulo, p. 132-135, 2015. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/07/25-Carolina-Silva-Rossi.pdf>>. Acesso em: 16 fev.2022

SANTOS, D.F., Lima, R.C.D., DEMARCHI, S.M., Barbosa, J.P.M., CORDEIRO, M.V.S., SIONI, M.E; ANDRADE, M.A.C (2020). Masculinidade em tempos de pandemia: onde o poder encolhe, a violência se instala. v. 30, 2021. *Saúde e Sociedade*. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.900>>. Acesso em: 10 jun.2021.

SIMÕES, Roberto Porto. *Relações públicas: função política*. São Paulo: Summus Editorial: 1995.

TERRA, Carolina. As relações públicas e as novas tecnologias de informação e de comunicação. *Caligrama* (São Paulo. Online), v. 1, n. 2, 2005. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/64420>>. Acesso em: 02 set.2021