



XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã



ÂNGELA EM DEFESA DA CIDADANIA: APONTAMENTOS SOBRE O PROCESSO DE CRIAÇÃO COLABORATIVA DA ASSISTENTE VIRTUAL DO INSTITUTO AVON¹

Flávia Lemes Bussadori - Universidade Estadual de Londrina
Rozinaldo Antonio Miani - Universidade Estadual de Londrina

RESUMO

Este estudo analisa a criação colaborativa da Ângela, assistente virtual do Instituto Avon, sob a perspectiva da comunicação comunitária e cidadã, com ênfase na representatividade. O objetivo é entender como Ângela dá voz a milhares de mulheres vítimas de violência doméstica, utilizando design de conversação e inteligência artificial. A metodologia inclui pesquisa de usuário e análise técnica, baseada em autores como Paulo Freire e Jan Servaes. O estudo revela como Ângela vai além do *branding* da marca, intermediando uma pauta crucial do Instituto Avon, oferecendo *insights* valiosos para futuros projetos de assistentes virtuais em contextos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação comunitária; representatividade; Ângela; inteligência artificial; violência doméstica.

1. INTRODUÇÃO

A crescente digitalização e a evolução da tecnologia têm facilitado a criação de assistentes virtuais inovadores que desempenham diferentes papéis em diversos setores. No contexto do bem-estar e da saúde física e psicológica da mulher, o Instituto Avon desenvolveu a Ângela, uma assistente virtual projetada para fornecer suporte e orientação ao público que acessa seu conteúdo. A organização criada em 2003 com o propósito de abraçar a causa do combate ao câncer de mama, cinco anos depois passou a liderar também ações pelo enfrentamento à violência contra meninas e mulheres. A criação da Ângela não apenas representa um avanço significativo no uso da tecnologia para abordar questões sociais complexas, mas também exemplifica uma abordagem colaborativa e comunitária para o desenvolvimento de avatares.

Este estudo visa explorar o processo de criação desta personagem. Ao examinar as etapas de design, desenvolvimento e implementação da Ângela, buscamos compreender como essa assistente virtual se tornou um símbolo de representatividade e de apoio para milhares de mulheres em situações vulneráveis. Além disso, este estudo visa dar luz a futuros projetos de assistentes virtuais, destacando a importância de uma abordagem inclusiva e sensível às necessidades dos mais diversos grupos sociais.

¹ Trabalho apresentado no GT1 - Meios e Processos de Comunicação para a Cidadania da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

2. METODOLOGIA

Este estudo se constitui como um estudo exploratório e adota uma abordagem qualitativa, com foco em um estudo de caso único: o processo de criação da Ângela, assistente virtual do Instituto Avon. A escolha de um estudo de caso permite uma análise aprofundada e holística do fenômeno em seu contexto real, proporcionando percepções detalhadas sobre o desenvolvimento e a implementação desta estratégia de interação com o público alvo.

Para coletar dados, foram revisados documentos e materiais disponíveis publicamente, como comunicados de imprensa, publicações em redes sociais, entrevistas e artigos relacionados ao desenvolvimento da avatar. A análise dos dados seguiu uma abordagem indutiva, na qual um caso particular serviu de fonte para extração de princípios e generalizações mais amplas.

Já as conclusões deste estudo são baseadas na interpretação dos dados coletados, garantindo uma compreensão preliminar do desenvolvimento da Ângela e sua contribuição para a comunicação comunitária com recorte voltado para a sua representatividade.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Para analisar a Ângela como uma personagem que legitima o conceito de representatividade empregado na comunicação comunitária, vamos considerar uma variedade de fundamentos teóricos relevantes, a começar por Stuart Hall (1980) que, em seus estudos culturais, enfatiza a importância da representação como um processo de construção de significados e identidades. As teorias do pesquisador fornecem uma base sólida para entender como a Ângela retrata e reflete as experiências das mulheres na sociedade, contribuindo para uma representação mais autêntica e inclusiva.

Por sua vez, as teorias de Nancy Fraser (2000) - filósofa política e teórica social conhecida por suas contribuições no campo da teoria crítica e feminista - sobre reconhecimento são fundamentais para compreender como a Ângela promove a visibilidade e o respeito às mulheres, especialmente, aquelas que enfrentam violência doméstica. Isso porque, para a autora, a justiça social deve englobar reconhecimento das identidades culturais tanto quanto redistribuição de recursos materiais. Sendo assim, por meio da sua presença e da interação que o Instituto Avon promove entre Ângela e seu público, se estabelece um lugar legítimo à causa.

Jan Servaes (2008), um teórico da comunicação para o desenvolvimento, destaca a importância da participação comunitária e da representatividade das comunidades marginalizadas. Considerando seu entendimento de que a comunicação deve ser um processo inclusivo que fortalece as vozes de tais comunidades, a Ângela pode ser enquadrada como uma ferramenta de comunicação que fortalece e amplifica a voz das vítimas.

Somado a essas perspectivas, trazemos a abordagem de Paulo Freire (1987) centrada na conscientização e no diálogo, que nos fazem compreender como a Ângela facilita o empoderamento

das mulheres por meio da comunicação. Atuando como uma mediadora que fomenta a conscientização e o diálogo genuíno e aberto sobre a violência doméstica, ela engaja a comunidade em uma discussão crítica e construtiva, que pode conduzir a importantes transformações.

Por fim, autores como Jesús Martín-Barbero (1993) e Robert White (2001) amarram todas as considerações acima ao discutir a mediação cultural e a importância da comunicação como um processo participativo e inclusivo (MARTÍN-BARBERO, 1993), e pelo foco da comunicação como um meio de fortalecer as comunidades e promover o desenvolvimento social (WHITE, 2001).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Ângela é a assistente virtual do Instituto Avon que oferece apoio a mulheres em situação de violência doméstica. Ela foi criada pelo Instituto Avon durante a pandemia, em razão do aumento de casos de violência em razão do isolamento social, já que as mulheres foram obrigadas a ficar em casa junto aos seus agressores.

A assistente virtual oferece atendimento gratuito via WhatsApp, para todo o país, no número (11) 94494-2415. Por meio de um questionário baseado em protocolos internacionais, sem a necessidade de utilizar a voz, o *chatbot* identifica o grau de risco e vulnerabilidade em que a mulher se encontra para então direcioná-la aos serviços de apoio adequados à sua situação, oferecidos pelo Instituto Avon e sua rede de parceiros. Entre os serviços oferecidos, estão atendimento psicológico 24 horas por dia, orientação jurídica, doações de alimentos e auxílio transporte para locais seguros, como abrigos temporários e redes públicas de acolhimento e proteção, indicadas na parceria com o Mapa do Acolhimento.

Uma das inovações na concepção da personagem foi a forma como se deu o processo de criação de sua voz, que ocorreu por meio da campanha dos “21 Dias de Ativismo Pelo Fim da Violência Contra as Mulheres”. Mais de 500 mulheres entre pessoas da sociedade em geral, representantes de Beleza Avon, consumidoras, colaboradoras, parceiras e seguidoras do Instituto Avon e da empresa Avon nas redes sociais foram convidadas a doarem suas vozes para a construção do som que gerou o áudio do *chatbot* na ação digital do braço social da Avon, “Voz de Todas”, desenvolvida pela Wunderman Thompson Brasil. Elas acessavam o site e gravavam sua voz narrando textos pré-estabelecidos. Isso compôs a voz única que dá ao *chatbot* de enfrentamento à violência de gênero do Instituto Avon, autonomia para falar qualquer tipo de palavra ou frase.

O som compactado e que permite a Ângela se comunicar atualmente é usado nas redes sociais do Instituto Avon em pautas relevantes para as mulheres, principalmente, em temas como liderança e igualdade, política e espaços femininos. Além disso, é possível compartilhar informações sobre como usar o lugar de fala como ferramenta de proteção e inspiração para outras pessoas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do relato, verificamos que a criação da Ângela pode ser entendida como um caminho possível para a fusão da tecnologia no enfrentamento de questões sociais complexas, como a violência doméstica. O processo, que contou com um design centrado no usuário e uma implementação sensível ao contexto social, exemplifica uma prática de comunicação comunitária que valoriza e legitima a representatividade das mulheres vítimas de violência. Por meio de suas funcionalidades, a Ângela serve como um modelo de assistência virtual que evidencia a importância de uma abordagem colaborativa e inclusiva.

Alinhada às teorias dos autores utilizados, ao incorporar os princípios de representação, reconhecimento, participação comunitária e fortalecimento por meio da comunicação, Ângela se torna um agente de mudança significativo, refletindo e atendendo às necessidades de seu público alvo de forma autêntica e eficaz.

Referências

BOLHA. **Avon Deep Voice**: uma nova voz contra a violência. Disponível em: <https://www.bolha.com.br/case/avon-deep-voice>. Acesso em: 18 maio 2024.

COALIZÃO EMPRESARIAL. **Instituto Avon lança a voz da Ângela, assistente virtual da marca**. Disponível em: https://www.coalizacaoempresarial.com.br/blog/post.php?id_post=67. Acesso em: 18 maio 2024

FRASER, Nancy. Rethinking Recognition. **New Left Review**, v. 3, n. 1, p.107-120, 2000.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17.ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987,

HALL, Stuart. Encoding and Decoding in the Television Discourse. *In*: HALL, Stuart; HOBSON, Dorothy; LOWE, Andrew; WILLIS, Paul (Org.). **Culture, media, language**: working papers in cultural studies, 1972-1979. Routledge, 1980, p. 128-138.

INSTITUTO AVON. **Instituto Avon**. Disponível em: <https://institutoavon.org.br/>. Acesso em: 11 maio 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Communication, culture and hegemony**: from the media to mediations. SAGE Publications, 1993.

MATOS, Marlene. **Comunicação e cidadania**: interações contemporâneas. São Paulo: Editora Senac, 2014.

SERVAES, Jan. **Communication for development and social change**. SAGE Publications, 2008.

WHITE, Robert A. A framework for community development. **Community Development Journal**, v. 36, n. 1, p.84-99, 2001.