



Projeto: Análise das Campanhas Públicas de Prevenção da Violência de Gênero

Descrição:

Nos últimos 20 anos, as pesquisas sobre violência contra a mulher vêm enfocando a dinâmica dessa violência, suas causas subjacentes e fatores de risco, bem como os tipos de intervenções em diversos setores, como por exemplo na saúde e no sistema de justiça. Em período mais recente aumentaram as investigações e análise sobre a *prevenção da violência por parceiro íntimo (IPV)*, mudando o foco, antes centrado nas vítimas e perpetradores, para a comunidade, visando também construir mecanismo de responsabilização e comprometimento de seus membros.

Campanhas midiáticas de educação e sensibilização públicas são constantemente usadas para aumentar a conscientização sobre as IPV como um problema social e como um crime público, com vistas a mudar as atitudes e normas públicas, a fim de contribuir para a sua prevenção. Ao fornecer informações sobre ações que os indivíduos poderiam tomar para intervir em nome das vítimas, essas campanhas também pretendem modificar os comportamentos das testemunhas, do silêncio e da tolerância para comportamentos de intervenção e denúncias. Acima de tudo, elas visam informar mulheres abusadas ou em risco sobre recursos institucionais ou comunitários, e fornecer estratégias para obter ajuda e encorajar a sensação de apoio. Portanto, a prevenção através de campanhas de mídia inclui: i) intervenções direcionadas à população em geral; intervenções voltadas para aqueles que podem estar em risco de IPV; e ainda intervenções voltadas para as mulheres que atualmente sofrem IPV e precisam de ajuda.

Efeitos de campanhas públicas para reduzir as IPV avaliadas pela ONU Mulher, por exemplo, não apresentaram distinções entre campanhas que visam populações que não vivem em uma situação de violência; as populações que as vivenciam, mas não sabem disso; e as que vivem em uma situação contínua de maus-tratos. Apesar da importância de se considerar esses diferentes tipos de prevenção, há poucas informações sobre quais foram as campanhas que mais se destacaram nos últimos anos e como se poderia mensurar seus efeitos. Além disso, há poucos estudos que identifiquem ou determinem os efeitos sobre um público-alvo; e determinar o público-alvo é um princípio fundamental da elaboração de uma campanha midiática. Saber qual grupo as mensagens visam (se vítimas, agressores ou testemunhas) é útil para tentar avaliar a eficácia entre as diferentes campanhas no Brasil.

Este estudo se propõe a analisar as campanhas de prevenção da violência de gênero no Brasil entre os anos de 2000 e 2017. A análise de conteúdo das mesmas permitirá avaliar as campanhas existentes e otimizar o impacto de futuras campanhas. Serão testadas diferentes hipóteses sobre os propósitos comunicativos dos anunciantes, o tipo de prevenção (primário, secundário ou terciário) que as campanhas propõem, os tipos de públicos a quem são dirigidas e o significado das mensagens. Os resultados serão posteriormente comparados com os de campanhas realizadas em Espanha, Portugal e Colômbia. Esses resultados poderão, em última instância, servir como base para a construção e o aprimoramento de instrumentos de implementação e gestão de políticas públicas no Brasil. Além disso, a relevância desse estudo repousa em aspectos de natureza acadêmica e social mais amplos, com potencial de intervenção pública que tome por base experiências correlatas em outros países.



Instituições Participantes:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (PPCIS/ICS/UERJ)

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL, DEL TRABAJO Y DIFERENCIAL,
FACULTAD DE PSICOLOGÍA/ UNIVERSIDADE COMPLUTENSE DE MADRID,
FACULDADE DE PSICOLOGIA /UNIVERSIDADE DE LISBOA,
UNIVERSIDAD DE MANIZALES, FACULDADE DE CIENCIAS SOCIALES Y
HUMANAS, COLÔMBIA

Equipe:

Profa. Clara Araújo (ICS/UERJ) - Coordenadora

Prof. Dorian Borges (ICS/UERJ)

Prof. Eduardo Ribeiro (ICS/UERJ)

Prof. Ignacio Cano (ICS/UERJ)

Profa. Maira Covre-Sussai (ICS/UERJ)

Profa. Elena María Ayllón Alonso (Universidade Complutense de Madrid)

Prof. Florentino Moreno Martín (Universidade Complutense de Madrid)

Profa. Maria João Alvarez (Universidade de Lisboa)

Prof. Jaime Alberto Carmona Parra (Universidad de Manizales)

Pesquisadora Patrícia Rivera/PPCIS/UERJ

Início do Projeto

Início do Projeto: 01/08/2018

Término do Projeto: 31/07/2022