



CONVOCATORIA PARA LA SELECCIÓN DE BECAS DE POST-DOCTORADO (PROGRAMA CAPES PrINT DE LA CAPES)

El Programa de Posgrado en Ciencias Sociales (PPCIS) de la Universidad Estatal de Río de Janeiro (UERJ) anuncia la apertura del proceso de selección para 1 (una) beca en la categoría de Post-doctorado con experiencia en el extranjero, ofrecida por CAPES, dentro del ámbito del Programa de Internacionalización Institucional (CAPES - PrInt) de la UERJ, incluido en la Convocatoria CAPES PrINT 1018.

I) **OBJETIVOS:** Seleccionar un(a) investigador(a) con experiencia académica y científica relevante para trabajar en el proyecto "Análisis de campañas públicas para la prevención de la violencia de género en Brasil 2000-2017" (Anexo 1) bajo la coordinación de la Profesora Dra. Clara Araujo.

El(la) candidato(a) seleccionado(a) actuará en la recopilación y análisis de datos sobre campañas de prevención de violencia de género llevadas a cabo en Brasil en el período 2000-2018, desarrollando actividades de búsqueda de material de campañas en la internet y cara a cara, organización de la base de datos, así como asistencia en la organización de conferencias y seminarios sobre el tema, según el plan de trabajo presentado en el anexo 2. Las actividades de investigación se llevarán a cabo principalmente en la sede del proyecto, en el NUDERG / PPCIS / UERJ y será exigido el cumplimiento de la carga de trabajo completa, es decir, 8 horas por día.

II) **VALOR DE LA BECA:** cuatro mil doscientos reales (R \$ 4,200.00) mensuales

III) **PERÍODO Y LUGAR DE INSCRIPCIÓN:** 11-17 de noviembre de 2019, enviando la documentación solicitada, digitalizada, al correo electrónico del PPCIS (ppcis.uerj@gmail.com).

IV) **REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN:**

- a) tener un doctorado en sociología, ciencias políticas, antropología, ciencias sociales o ciencias estadísticas, obtenido en cursos evaluados por LA CAPES y reconocidos por el CNE / MEC. En el caso de un diploma obtenido de una institución extranjera, debe ser analizado por el Programa de Posgrado;
- b) presentar un currículum actualizado en la plataforma CNPq Lattes que indique experiencia internacional (o haber estudiado en el extranjero la licenciatura o una maestría o haber disfrutado de una beca internacional o de un período de trabajo en investigación en el extranjero) y tener un currículo que lo/la califique para actuar en el desarrollo del proyecto, de acuerdo con el plan de trabajo (anexo 2);
- c) no estar retirado o en una situación similar;
- d) dedicarse total y exclusivamente a las actividades del proyecto;
- f) poseer un diploma de doctorado o un certificado de finalización equivalente si es seleccionado(a).
- g) establecer residencia en la ciudad de Río de Janeiro, durante la ejecución del proyecto;
- h) poder comenzar actividades relacionadas con el proyecto tan pronto como la CAPES apruebe su candidatura.



V) DURACIÓN DE LA BECA:

La duración de la beca será de 06 (seis) meses, sin posibilidad de renovación, a partir de marzo de 2020 hasta agosto de 2020.

VI) DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA CANDIDATARSE

- a) carta de presentación escrita por el candidato, justificando su candidatura y describiendo su experiencia previa en investigación relacionada con los temas cubiertos por el proyecto "Análisis de campañas públicas para la prevención de la violencia de género en Brasil 2000-2017" (Anexos 1 y 2);
- c) Currículum Lattes actualizado.

VII) PROCESO SELECTIVO

- a) El proceso de selección será coordinado por el comité de evaluación compuesto por tres (3) profesores miembros del PPCIS, siendo al menos uno miembro del Proyecto del Programa CAPES PrINT UERJ, previamente designado por el PPCIS;
- b) Para fines de evaluación, el comité considerará el curriculum Lattes y el encaje de la carta de presentación con el proyecto. Se considerarán candidatos aprobados(as) los(las) que obtengan una calificación igual o superior a 7 (siete);
- c) Los candidatos serán clasificados de acuerdo con la calificación final más alta obtenida.
- d) En caso de dudas sobre el plan de estudios y las experiencias, los candidatos pueden ser invitados a una entrevista con el comité de evaluación;
- e) En caso de selección de candidatos que residen en el extranjero, Capes proporciona pasajes de ida y vuelta y seguro médico durante el período considerado.

VIII) HORARIO:

Inscripción: del 11 de noviembre al 17 de noviembre de 2019.

Resultado final: 20 de noviembre a partir de las 20h (en el sitio web de PPCIS).



ANEXO 1: Resumo do projeto

ANÁLISE DAS CAMPANHAS PÚBLICAS DE PREVENÇÃO DA VIOLÊNCIA DE GÊNERO

A violência de gênero é um tópico de crescente importância em todo o mundo. Nas últimas décadas novas legislações foram introduzidas em muitos países de forma a combatê-la. Um marco importante dessa mudança no Brasil foi a homologação da Lei Maria da Penha, criada no ano de 2006 a fim de coibir, punir e prevenir as violências contra a mulher. Após a Maria da Penha, outras conquistas no âmbito do direito das mulheres foram atingidas, como a lei nº 12.015 que alterou o Código Penal de 1940 ao dispor sobre os crimes contra a dignidade sexual, ampliando as configurações do crime de estupro ao considerar atos libidinosos e atentados violentos ao pudor, além da “conjunção carnal”. Finalmente, a Lei do Feminicídio, foi sancionada em março de 2015 categorizando o “feminicídio como homicídio qualificado e incluindo-o no rol dos crimes hediondos, em casos de violência doméstica e familiar, discriminação ou menosprezo contra a condição de mulher”. Ao mesmo tempo, vários programas de prevenção foram criados e campanhas de consciência pública foram lançadas. O objetivo fundamental desse processo foi converter a violência de gênero de uma questão privada para uma questão pública, de modo que toda a sociedade e grandes órgãos assumam sua responsabilidade em preveni-la. Apesar disso, os níveis de violência de gênero permanecem em todo o mundo e pouco é conhecido sobre como e em que medida as campanhas auxiliaram a modificar atitudes e comportamentos na direção desejada. Este projeto busca aprofundar o nosso conhecimento das características destas campanhas de prevenção da violência de gênero em vários países, de forma a refletir acerca de possíveis melhorias nas mesmas.

Nos últimos 20 anos, a pesquisa sobre a violência contra a mulher enfocou a dinâmica dessa violência, suas causas subjacentes e fatores de risco, e intervenções em diversos contextos, como na saúde e no sistema de justiça. Apelos foram feitos para aumentar a pesquisa sobre a prevenção da violência por parceiro íntimo (IPV) e sua análise e avaliação, mudando o foco das vítimas e perpetradores para a comunidade como um mecanismo de responsabilizar todos os seus membros. As campanhas midiáticas têm sido um dos veículos de prevenção mais utilizados.

Campanhas midiáticas de educação e sensibilização públicas são 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 a tolerância à intervenção e condenação. 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 certas intervenções direcionadas à população em geral, outras voltadas para aqueles que podem estar em risco de IPV, e outras para as mulheres que atualmente sofrem IPV e precisam de ajuda.

Quando os efeitos das campanhas públicas para reduzir as IPV foram avaliadas, como por exemplo, pela ONU Mulher, geralmente não houve distinção entre campanhas que visam



populações que não vivem em uma situação de violência; aquelas 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 que mais se destacaram nos últimos anos. Além disso, determinar o público-alvo é um princípio fundamental da elaboração de uma campanha midiática. Saber qual grupo as mensagens visam (vítimas, agressores ou testemunhas) é útil para tentar avaliar a eficácia entre as diferentes campanhas no Brasil.

A prevenção é frequentemente vista como secundária em relação à intervenção, com menos recursos e análises a ela destinados. No entanto, o engajamento da mídia para apoiar esforços contra IPV promete aumentar a conscientização quando campanhas de comunicação envolvem mais de um componente, como programas de longo prazo que envolvem mídia social, aplicativos móveis ou cartazes acompanhados de atividades de comunicação interpessoal.

Este estudo se propõe a analisar as campanhas de prevenção da violência de gênero no Brasil entre 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, o público a quem são dirigidos e o significado das mensagens. Os resultados compararão as 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.

Uma grande vantagem de desenvolver o estudo junto ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (PPCIS/UERJ) é a tradição desse programa em estudos aplicados de avaliação de políticas públicas, particularmente em violência e gênero. Desta forma, este estudo se situa em duas linhas de pesquisa do programa: a) Violência, Cidadania e Políticas Públicas; b) Família, Gênero e Gerações. Além disso, o curso de Ciências Sociais da UERJ conta com dois núcleos de extensão que são referência nas áreas de violência e gênero e disponibilizarão seus recursos para realização da pesquisa, o Laboratório de Análise da Violência (LAV) e o Núcleo de Estudos sobre Desigualdades Contemporâneas e Relações de Gênero (NUDEMG).

:



ANEXO 2: PLANO DE TRABALHO

Principais Objetivos:

Identificar, arquivar, indexar e facilitar o acesso público a todas as campanhas de prevenção da violência de gênero realizadas no Brasil entre 2000 e 2017. Determinar o propósito perseguido pelos autores das campanhas mais significativas e analisar a evolução desses objetivos ao longo do tempo. Descrever de forma operacional o conteúdo das campanhas: o que eles dizem e como o expressam em textos e imagens (eixo denotativo), e avaliar seu conteúdo fazendo inferências semânticas a partir da análise linguística e da retórica das imagens.

Principais Atividades:

Identificar possíveis instituições que desenvolveram campanhas de prevenção de violência de gênero no país entre 2000 e 2017. Catalogar cartazes, panfletos, folders e adesivos relacionados às campanhas. Codificar e organizar o material em banco de dados e analisar o conteúdo das campanhas e seus respectivos públicos alvos. Supervisionar atividades de bolsistas de graduação que estejam trabalhando no projeto

Metodologia:

Identificação de todas as instituições relevantes, Órgãos estatais, Ministérios e Secretarias Nacionais com competências ligadas à prevenção da violência de gênero (Saúde, Educação, Segurança Pública, Trabalho, Cultura, etc.), nos 27 estados e secretarias específicas dos municípios. Organizações políticas e sindicais mais representativas e organizações não governamentais. Identificação de páginas web, endereços postais e funcionários responsáveis por essas iniciativas;

Revisão de publicações e páginas web de todas as entidades para identificar campanhas para prevenir a violência de gênero;

Contato direto através de e-mail, postagem e telefone para solicitar informações sobre campanhas possíveis ou já identificadas;

Identificação e registro de documentos;

Codificação das características das campanhas de acordo com protocolo previamente elaborado;

Seleção de campanhas lançadas entre 2000 e 2017 para realização análises detalhadas;

Análise de documentos em bases de dados científicas (o software Atlas TI usado para este fim).