



## **EDITAL DE SELEÇÃO DE BOLSISTA POS-DOCTORADO COM EXPERIÊNCIA NO EXTERIOR (CAPES PrINT)**

O Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPCIS), da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) comunica a abertura do processo de seleção para 1 (uma) bolsa na categoria Pós-doutorado com Experiência no Exterior, oferecida pela CAPES, no âmbito do Programa Institucional de Internacionalização (CAPES – PrInt) da UERJ, contemplado no Edital CAPES PrINT 1018. Poderão se inscrever doutores brasileiros e estrangeiros desde que possuam domínio da língua portuguesa.

I) **OBJETIVOS:** Selecionar um (a) pesquisador (a) com relevante experiência acadêmica e científica para atuação no projeto “Análise das campanhas públicas de prevenção da violência de gênero no Brasil 2000-2017” (anexo 1) sob coordenação da Professora Dra. Clara Araújo. O (a) candidato (a) selecionado (a) atuará em atividades de coleta, organização e análise dos dados acerca das campanhas de prevenção à violência de gênero realizada no Brasil no período 2000-2018, desenvolvendo atividades de busca de material de campanhas via web e presenciais, organização de banco de dados, supervisão de bolsistas e estagiários, além de auxiliar na organização de conferências e seminários sobre o tema, conforme plano de trabalho apresentado no anexo 2. As atividades de pesquisa se desenvolverão prioritariamente na sede do projeto, no NUDERG/PPCIS/UERJ e será exigida dedicação integral durante o período do projeto, isto é, 8 horas/dia.

II) **VALOR DA BOLSA:** R\$4.200,00 (quatro mil e duzentos reais)

III) **PERÍODO DE INSCRIÇÃO e LOCAL:** 11 a 17 de novembro de 2019, através de envio da documentação solicitada, digitalizada, ao e-mail do PPCIS ([ppcis.uerj@gmail.com](mailto:ppcis.uerj@gmail.com)).

### **IV) REQUISITOS PARA A INSCRIÇÃO:**

- a) possuir o título de doutor em Sociologia, Ciência Política, Antropologia, Ciências Sociais ou Ciências Estatísticas, obtido em cursos avaliados pela CAPES e reconhecidos pelo CNE/MEC. Em caso de diploma obtido em instituição estrangeira, este deverá ser analisado pelo Programa de Pós-Graduação;
- b) apresentar currículo atualizado na Plataforma Lattes do CNPq que indique experiência internacional (ou ter formação no exterior, podendo ser graduação ou mestrado ou doutorado ou bolsa sanduíche ou ainda período de trabalho em pesquisa no exterior- e possuir currículo que a/o qualifique para atuar no desenvolvimento do projeto, conforme plano de trabalho (anexo 2);
- c) não ser aposentado ou estar em situação equiparada;
- d) dedicar-se integralmente e exclusivamente às atividades do projeto;
- f) estar de posse do seu diploma de doutorado ou certificado de conclusão equivalente se vier a ser selecionado/a.
- g) fixar residência na cidade do Rio de Janeiro, durante a execução do projeto;
- h) estar apto a iniciar as atividades relativas ao projeto tão logo seja homologada a sua candidatura pela CAPES.

### **V) DURAÇÃO DA BOLSA:**



O período de duração da bolsa será 06 (seis) meses, sem possibilidade de renovação, com início previsto para março de 2020 e encerramento em agosto de 2020.

#### VI) DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA A INSCRIÇÃO

- a) carta de apresentação redigida pelo candidato, justificando a candidatura e expondo sua experiência anterior de pesquisa relacionada com questões contempladas no projeto “Análise das campanhas públicas de prevenção da violência de gênero no Brasil 2000-2017” (anexos 1 e 2);
- c) Currículo Lattes atualizado.

#### VII) DO PROCESSO SELETIVO

- a) O processo seletivo será coordenado pela comissão de avaliação composta por 3 (três) professores membros do Programa CAPES PrINT UERJ, previamente designados pelo Colegiado do PPCIS;
- b) Para efeitos de avaliação serão considerados, pela comissão, o currículo Lattes e o alinhamento da carta de apresentação com o projeto. Serão considerados aprovados (as) os (as) candidatos (as) que obtiverem nota igual ou superior a 7 (sete);
- c) Os (as) candidatos (as) serão classificados (as) conforme a maior nota final obtida.

#### OBS:

- a) Em casos de dúvidas sobre currículo e experiências, candidatos poderão ser convidados a uma entrevista com a comissão de avaliação;
- b) Em caso de seleção de candidatos com residência no exterior aCapes fornece passagens de ida e volta e seguro saúde para o período considerado

#### VIII) CRONOGRAMA:

- Inscrições: 11 a 17 de novembro de 2019.
- Resultado – 20 de novembro (a ser publicado na página do 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 (NUDERG).

:



## ANEXO 2: PLANO DE TRABALHO PARA O BOLSISTA SELECIONADO

### 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 a serem desenvolvidas:

- 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; fazer análises preliminares de acordo com a demanda da coordenação do 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).