

**EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO**

<b>INSCRIÇÃO</b>	00170
<b>INSTITUIÇÃO</b>	UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
<b>CAMPUS</b>	MANAUS
<b>CIDADE</b>	MANAUS
<b>UF</b>	AM
<b>CATEGORIA</b>	RT
<b>MODALIDADE</b>	RT05
<b>TÍTULO</b>	"De Veras e o feminicídio em pauta": produção audiovisual para divulgação em mídias digitais
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	VIVIAN FRANÇA DA SILVA
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	RELAÇÕES PÚBLICAS
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	CARINA CARVALHO MAIA (UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS); DANIEL DA SILVA OLIVEIRA (UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS); LÍVIA PRISCILA DE SOUZA MENDES (UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS); MATEUS DA SILVA BENTO (UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS)

**DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:**

A produção audiovisual "De Veras e o feminicídio em pauta" foi elaborada como atividade avaliativa na disciplina Fundamentos de Jornalismo, 3º período do curso de Relações Públicas na UFAM. O objetivo do trabalho foi sensibilizar a sociedade sobre os impactos do feminicídio, a partir da abordagem do tema no ponto de vista da comunicação e do direito. A noção de feminicídio tem sua origem associada a movimentos feministas e foi utilizada pela primeira vez por Diana Russel, na versão inglesa "femicide", durante o Tribunal Internacional de Crimes contra Mulheres, em 1976. A definição inicial do termo se encontra na obra de Jill Radford e Diana Russel, *Femicide: The politics of woman killing* (Twayne Publisher, 1992), como sendo o assassinato de mulheres especificamente por homens motivados por ódio, desprezo, prazer ou por um sentimento de propriedade. Esse tipo de crime está associado a outras formas de violência, como agressões sofridas em ambiente doméstico, exploração sexual, abuso físico e emocional, assédio, etc. O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJRJ) define Feminicídio como "assassinato de uma mulher pelo simples fato de ser mulher". Os motivos mais comuns são o ódio, o desprezo ou o sentimento de perda do controle e da propriedade sobre as mulheres, comuns em sociedades marcadas pela associação de papéis discriminatórios ao feminino, como é o caso brasileiro. No Brasil, a utilização do termo obteve mais notoriedade ao ser sancionada a Lei nº 13.104/15, de 9 de março de 2015, mais conhecida como Lei do Feminicídio, que prevê o feminicídio como circunstância qualificadora de crime de homicídio, incluindo-o no rol dos crimes hediondos. Considera-se importante discutir os impactos da Lei do Feminicídio, além de verificar as causas para a ocorrência do crime e o perfil das vítimas. Em 2015, o Mapa da Violência: Homicídio de Mulheres no Brasil, estudo que analisou os registros de morte dos anos 1980 a 2013, elaborado pela Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (Flasco), revelou o registro de 106.903 assassinatos de pessoas do gênero feminino no Brasil. Segundo dados do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH), o Brasil ocupa a quinta posição entre os países com maior índice de homicídios femininos, em um ranking de 83 nações. No país, 55,3% desses crimes foram cometidos no ambiente doméstico e 33,2% dos homicidas eram parceiros ou ex-parceiros das vítimas. Em 2018, o Ligue 180, central do Governo Federal que recebe denúncias de violações contra os direitos das mulheres, recebeu 92.323, enquanto que em 2017 houve um total de 73.669 casos de violações contra pessoas do gênero feminino. Percebe-se que a violência contra mulheres é um problema social, devendo receber a devida atenção pela sociedade brasileira. A mídia pode contribuir para a visibilidade do tema, porém é necessária cautela na cobertura dos casos. O Instituto Patrícia Galvão, no relatório *Imprensa e Direitos das Mulheres: papel social e desafios da cobertura sobre feminicídio e violência sexual* (2019), aponta que as falhas mais comuns na cobertura sobre feminicídio são a "abordagem romantizada" e "desresponsabilização do autor pelo crime". O estudo indica que há jornalistas que contribuem para culpabilizar as vítimas, fazendo um movimento contrário ao recomendado, ao citar que os agressores estavam "fora de si", "transtornados" ou "sob efeito de álcool" no momento do crime. Logo, é preciso refletir acerca do papel da mídia na cobertura do feminicídio. Ademais, observa-se que as mídias digitais são eficazes para dar maior visibilidade ao tema, permitindo rápido alcance de usuários e maior participação de pessoas no combate ao crime contra mulheres, visto que, conforme a Edelman

Intelligence, no estudo Trust Barometer (2018), 65% dos brasileiros se informam por meio de plataformas como feeds de mídias sociais. Em 2017, revelou-se que as mídias sociais estavam entre os meios mais usados para o propósito informativo.

## DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Com o intuito de definir o conteúdo da produção audiovisual, realizou-se pesquisa acerca do tema feminicídio. Entre os procedimentos técnicos adotados, estão: pesquisa bibliográfica; pesquisa documental; estudo de mercado das mídias digitais; e entrevistas com profissionais das áreas de comunicação e de direito. A pesquisa bibliográfica possibilitou à equipe conhecer a origem e a definição de feminicídio, relevantes para a produção do roteiro do vídeo e do podcast. As principais referências utilizadas nessa etapa são: *Feminicide: The politics of woman killing* (Twayne Publisher, 1992), de Jill Radford e Diana Russel; Lei nº 13.104, de 9 de março de 2015, conhecida como Lei do Feminicídio ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/lei/L13104.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/lei/L13104.htm)); *Imprensa e Direitos das Mulheres: papel social e desafios da cobertura sobre feminicídio e violência sexual*, do Instituto Patrícia Galvão ([https://assets-institucionalipg.sfo2.cdn.digitaloceanspaces.com/2019/12/monitoramento\\_final.pdf](https://assets-institucionalipg.sfo2.cdn.digitaloceanspaces.com/2019/12/monitoramento_final.pdf)); *Feminicídio na imprensa: uma análise do jornal Folha de S. Paulo*, de Isabella Silva de Freitas Mariano (Intercom, 2017); e Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, com o artigo *O que é a violência doméstica? E o Feminicídio?* (<http://www.tjrj.jus.br/web/guest/observatorio-judicialviolencia-mulher/o-que-e-a-violencia-domestica-e-o-feminicidio>). A pesquisa documental se sucedeu com a análise do relatório *Mapa da Violência 2015: Homicídio de mulheres no Brasil* ([https://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia\\_2015\\_mulheres.pdf](https://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf)), de Julio Jacobo Waiselfisz; e coleta de dados do Ligue 180, disponível no site Agência Brasil (<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-03/ligue-180-recebeu-178-mil-enunciasnos-dois-meses-de-2019>). Fez-se o estudo de mercado para compreender o alcance de público da plataforma de vídeo YouTube e conhecer o público que mais consome podcasts no Brasil. De acordo com o relatório do YouTube Insights (2017), 96% dos brasileiros de 18 a 35 anos de idade acessam o Youtube, sendo que 87% concordam que é uma plataforma que permite o consumo de qualquer conteúdo. Já a edição 2018 da Podpesquisa, da Associação Brasileira de Podcast (ABPod) em parceria com a rádio CBN, identificou que o maior número de ouvintes é do gênero masculino (84, 1%), idade entre 20 a 39 anos de idade (80,7%), com ensino superior (62%). Em outro estudo, realizado pela Cisco (2017), 79% do tráfego de dados móveis mundial pertencerá aos vídeos até 2022. Desde o lançamento em 2018, o IGTV, plataforma de vídeos do Instagram, possibilitou mais uma chance para alavancar a chamada presença digital. As suas vantagens são: praticidade; alta qualidade e por ser uma plataforma de alta visibilidade. O vídeo e o podcast, ferramentas em ascensão na Internet, possuem potencial para alcançar o objetivo proposto do trabalho e um público formado por homens e mulheres. Por isso, levou-se em consideração a exploração de novos ambientes digitais além do Youtube, como o IGTV e o Soundcloud, e com potencial para levar informações acerca do feminicídio a mais mulheres. Finalmente, as profissionais das áreas de comunicação social e de direito foram convidadas para participarem de entrevista, tendo como requisitos: ser do gênero feminino e trabalhar com assuntos relacionados a crimes contra mulheres. A entrevista foi semiestruturada, com roteiro elaborado previamente e possibilidade de perguntas no andamento da entrevista.

## DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

A produção audiovisual constituída por vídeo e podcast se intitula "De Veras e o feminicídio em pauta". A escolha do nome "De Veras" (pronuncia-se deveras) remete ao termo "deveras", utilizado para enfatizar o caráter verdadeiro daquilo que se diz; em verdade, realmente, a valer, a sério, de fato, segundo Silveira Bueno, no Dicionário da Língua Portuguesa (Didática Paulista, 1999). Esse é o intuito do trabalho: promover o debate sério do tema e convidar especialistas para comentar acerca dos fatos relacionados. Com a conclusão da etapa de coleta das informações acerca do tema feminicídio, a equipe pôde elaborar roteiros distintos para o vídeo e para o podcast. A produção do material seguiu um cronograma de três semanas de gravações, considerando, simultaneamente, a agenda das pessoas que foram entrevistadas. A equipe contactou 1 advogada, 1 delegada e 2 jornalistas. Enquanto as primeiras foram responsáveis por contextualizar o feminicídio, abordando a legislação, as causas do crime e as políticas públicas necessárias, as últimas argumentaram a respeito do papel da mídia no processo de disseminação dos casos na sociedade. Para a capa do vídeo e do podcast, utilizouse da cor lilás, que remete à campanha de enfrentamento à violência contra a mulher "Agosto Lilás". Para a filmagem do vídeo, utilizaram-se um gravador, uma câmera filmadora, um tripé e um microfone. A música de fundo possui um estilo mais suave e foi escolhida para o material porque pertence a uma biblioteca gratuita do YouTube aos criadores de conteúdo. As entrevistas foram filmadas nos seguintes locais: Sede da Band Amazonas; Estúdio de Rádio e TV da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFAM; na Delegacia da Mulher; e no Gabinete Pastoral da Igreja Batista Amar – todos situados em Manaus. O conteúdo, que possui a duração de 16 minutos e 36 segundos, foi editado no programa Adobe Premiere CC 2019, para a criação de efeito máquina de escrever. No entanto, a fonte utilizada foi Cabin Sketch, obtida de forma externa. As técnicas de edição utilizadas foram: cortes simples e edição não linear. Para a criação das imagens de fundo, foi utilizado o site Canva. O vídeo está na proporção 9:16, também conhecida como modo retrato, já que, inicialmente, foi produzido para o IGTV. Para a gravação do podcast, utilizaram-se trechos de ligações telefônicas e mensagens em áudio de mulheres vítimas de violência exibidos em telejornais de alcance regional e nacional, oriundos do Jornal do SBT, Band Cidade, TV A Crítica, além de áudios de vítimas de violência doméstica disponibilizados pela Polícia Militar de Santa Catarina e de trechos do documentário sobre feminicídio "Caso Josilene Galdino e Vitória Charleane". A música de fundo do podcast, assim como no vídeo, possui um tom leve, mas que busca envolver o ouvinte. As gravações aconteceram nesses locais: Delegacia da Mulher; FIC da UFAM e nas residências dos integrantes do grupo. O material foi editado no programa Audacity e tem a duração total de 54,42 minutos. O mesmo foi dividido em dois episódios, sendo o primeiro sobre a contextualização do feminicídio e o segundo a respeito do feminicídio na mídia. Os produtos se caracterizam como informativos. Definiram-se como plataformas para a divulgação o canal do curso de Relações Públicas da UFAM (RP UFAM) no Youtube (Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=2-SnQU3t3tA>) e a conta do IGTV do perfil @de.veras\_, onde o vídeo foi dividido em 2 partes. O podcast está disponível na plataforma SoundCloud (Link do podcast: <https://soundcloud.com/daniel-s-oliveira-621915525/sets/de-veras-ofeminicidio-e-a-midia>).