

**Encontro Inter-regiões - Centro-Oeste**Centro-Oeste - Evento virtual  
De 1 a 31 de outubro de 2020**EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO**

<b>INSCRIÇÃO</b>	00218
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Católica Dom Bosco
<b>CAMPUS</b>	Universidade Católica Dom Bosco
<b>CIDADE</b>	Campo Grande
<b>UF</b>	MS
<b>CATEGORIA</b>	JO
<b>MODALIDADE</b>	JO10
<b>TÍTULO</b>	Os Efeitos da Masculinidade Tóxica na Vida de Homens e Mulheres
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Edgar da Silva Queiros
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Jornalismo
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Matheus de Lima Aranda (Universidade Católica Dom Bosco); Cláudia Regina Ferreira (Universidade Católica Dom Bosco)

**DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:**

O videorreportagem foi elaborado na disciplina de Fundamentos do Audiovisual, do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). O intuito foi produzir um material com um tema atual e ainda pouco explorado. Por isso, a abordagem sobre "Masculinidade Positiva: no enfrentamento à violência contra mulher". Nesse sentido, iniciou-se uma discussão em torno da temática e como produzir um conteúdo que retrate a problemática nas suas diversas faces. Ao observarmos que era um tema pouco discutido na sociedade, mesmo marcando a vida de nós integrantes e de milhares de outros homens e mulheres que provavelmente sentiram, viram ou ouviram as reflexões da masculinidade tóxica em algum momento de sua vida. Assim, entendemos que o tema seria "Os Efeitos da Masculinidade Tóxica na Vida de Homens e Mulheres". Foram realizados levantamentos de fontes e entrevistados que trouxessem ampla reflexão e promovessem o debate em torno de um tema pouco discutido socialmente. Foram propostas, de forma dinâmica e objetiva, ponderações em torno do ser ou deixar de ser homem na sociedade - tema ainda em voga na sociedade. O resultado foi a elaboração de um material que sintetiza e propõe um debate entorno do quanto a masculinidade tóxica prejudica não somente as mulheres, mas principalmente os próprios homens, como também à sua insistência na sociedade, provocando uma série de problemas psicossociais.

**DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:**

Foi realizado um levantamento quali-quantitativo em torno do tema e pesquisadas algumas fontes que constituem o projeto. Foram convidadas duas especialistas para discutir o tema e um personagem para relatar sua experiência pessoal e opinião sobre o tema. Os dados pesquisados acerca da masculinidade positiva contribuíram para melhor discussão em torno desta problemática. Foi feito um levantamento das informações em diversos sites, tais como o dossiê da Google Brand Lab São Paulo sobre questões a respeito de uma nova masculinidade; dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a respeito do percentual de homens na sociedade; do Mapa da Violência Flasco Brasil trazendo dados sobre a mortalidade de homens causada pela masculinidade tóxica, para traçar um paralelo com o Atlas da Violência e retratar o quanto esta problemática está diretamente relacionada às mulheres. Também foram levantados dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) a respeito do cenário do Brasil em relação ao feminicídio e, por fim, dados a respeito da Casa da Mulher Brasileira como uma instituição de combate direto à chamada 'masculinidade tóxica' e suas consequências. O conteúdo apresentado foi baseado nas informações constatadas dessas fontes. Também foi utilizada ainda uma propaganda da marca "Gilete", que fez sucesso nas redes sociais e trouxe várias discussões em torno do tema, e ainda uma campanha da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre o empoderamento das mulheres no Brasil.

**DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

A proposta foi elaborar uma reportagem dinâmica em que o conteúdo fosse exposto e explicado detalhadamente: o que é masculinidade tóxica? Como ela pode ser encontrada na sociedade? Porque ela é tóxica? Quais os caminhos para combatê-la? Por que

ela também atinge homens e mulheres? Assim, buscou-se apresentar respostas a essas questões, propondo reflexões sobre o tema. Para isso, as filmagens foram feitas em diferentes etapas: o levantamento das fontes, discussão do assunto, elaboração da pauta, produção da reportagem e, por fim, a edição. Utilizou-se a música "Homem" do Caetano Veloso, que aborda a fragilidade do homem como algo natural e do quanto eles estão longe das mulheres em termos de conhecer a si próprios e encarar as adversidades do universo masculino. Nas filmagens foi utilizada a câmera pertencente à universidade, uma Canon T5i e um tripé. Quanto ao áudio, utilizou-se uma lapela de microfone. Boa parte das filmagens foram feitas no Parque Belmar Fidalgo, localizado no centro de Campo Grande. As entrevistas com a psicóloga e a subsecretária municipal da Mulher foram realizadas na Subsecretaria de Políticas Públicas Para a Mulher. A gravação com o entrevistado, professor Oswaldo Ribeiro, foi realizada no estúdio da UCDB, assim como a parte sonora, feita no estúdio da instituição de ensino. Na edição, feita por meio do software Wondershare Filmora 9, foram colocados em várias partes uma transição. As trilhas sonoras foram retiradas do site de buscas "You Tube", onde foram encontrados os seguintes vídeos: "Documentary Piano Tension", "Documentary and Cinematic Atmosphere" e "Matrix". Essas trilhas se justaram aos OFF's na edição. Desde a primeira entrevista buscou-se uma conexão da trilha com o tema ao passar um ar de seriedade, para provocar uma preocupação necessária com a mensagem transmitida. A trilha cumpre a função de conferir dinamismo enquanto várias informações estão sendo passadas. No trecho da campanha da ONU, a trilha volta ao tom dramático. Após a fala do entrevistado, a trilha que entra passa uma mensagem positiva, finalizando o trabalho com propostas de mudança e de melhorias entorno dessa problemática. Também a forma dinâmica de apresentar o visual, dando movimento a produção. As propagandas, tanto a comercial quanto as institucionais, tiveram repercussão no Brasil e no mundo. A primeira, da Gillete, por retratar a questão do comportamento de homens na sociedade; a segunda, da ONU, por trazer reflexões acerca do machismo e conseqüentemente o feminicídio; e a terceira, da Casa da Mulher Brasileira, por retratar uma instituição pioneira na defesa da mulher e que pode auxiliar no combate a essa masculinidade tóxica. Junto a essas propagandas foram elaborados os OFF's, que compõem dados e informações na reportagem. Logo, buscou-se retratar masculinidade tóxica, em 08 minutos e 26 segundos de duração, com intuito de propor um debate que promovesse a reflexão entre homens e mulheres.