

Abuso sexual: você não vê, mas acontece¹

Gabriela Lohana de Melo²
Amanda Batista Rodrigues³
Kharen Hellen Paulino da Silva⁴
Lerynda Márcia da Silva Lima⁵
Maíra Gomes Ramos da Silva⁶
Paloma Souza de Castro Melo⁷
Adriana Santana⁸

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente texto tem como objetivo apresentar o conceito, o processo de desenvolvimento e o resultado final da criação do filme institucional *Abuso sexual: você não vê, mas acontece* produzido para a cadeira de Redação para meios de comunicação ministrada pela Profa. Adriana Santana na turma de Publicidade e Propaganda da UFPE. De modo geral, foi explicado o porquê da escolha de abordar o tema do abuso sexual que está presente na sociedade e na vida da maioria das mulheres e qual a importância do desenvolvimento desse material para a academia e para nossa vida profissional.

PALAVRAS-CHAVE: filme institucional; abuso sexual; publicidade; redação.

1 INTRODUÇÃO

Este filme publicitário foi produzido a partir de uma atividade para a disciplina de Redação para Meios de Comunicação, cujo objetivo era a realização de um material pensado para o meio audiovisual que fosse capaz de colocar em prática as técnicas e conceitos ligados à linguagem trabalhados em sala de aula.

Todas as etapas de produção do filme foram executadas pelos componentes da equipe ou tiveram sua supervisão direta. A criação do roteiro, a produção do vídeo em si

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme Publicitário.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: gabilohana@hotmail.com.

³ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: amandabrodrigues.pe@gmail.com.

⁴ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: kharen_hellen@hotmail.com

⁵ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: lerynda.lima@gmail.com.

⁶ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: mairagomesrs@gmail.com.

⁷ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: palomadecastro.m@gmail.com.

⁸ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação da UFPE, email: adriana.andrade.santana@gmail.com

(etapa auxiliada pela Universidade, por intermédio do técnico em cinematografia Sebastião Possidônio) e sua edição foram etapas realizadas cuidadosamente, visando à integração de todas as fases em um material coeso.

Através da criação de um ambiente de insegurança, medo e desconforto o VT pretende trazer um pequeno vislumbre da situação inquietante que tantas mulheres vítimas de abuso sexual são obrigadas a viver. Muitas vezes, e procuramos instigar essa questão na escolha do slogan, elas são desencorajadas e/ou desacreditadas por familiares, amigos e companheiros que desconfiam do abuso e tendem a perpetuar, de maneira consciente ou não, um acordo social secreto que macula a imagem das vítimas para culpabilizá-las (IPEA, 2014). As marcas apresentadas no vídeo são uma referência àquelas que permanecem nas mulheres que sofreram abusos, físicos e emocionais, e que não raro são negligenciadas.

Neste filme caracterizado, sobretudo, por apresentar um caráter de alerta às vítimas e àqueles que estão próximos a elas – lembrando-os que mesmo que eles fechem os olhos para o abuso ele continuará acontecendo – procuramos fugir do lugar comum das atividades de cunho mercadológico, que visam vender produtos, mas difundir uma ideia para a sociedade.

2 OBJETIVO

Um estudo publicado em 2014 pela revista inglesa *The Lancet* revela que uma em cada 14 mulheres do mundo já foi, ao menos uma vez, vítima de abuso sexual por parte de alguém que não o seu cônjuge. Diante desta infeliz realidade, "Abuso sexual: você não vê, mas acontece" tem por objeto alertar e conscientizar o máximo de pessoas possível para a prática oculta de violência sexual contra a mulher, que envolve várias outras formas de crueldade, desde o assédio sexual ao estupro.

De forma dura, clara e direta, o corpo espancado e o olhar sofrido da atriz em sincronia com as abruptas paradas e silêncios da música "Everybody Wants To Rule The World" (Tears For Fears), em versão interpretada pela cantora Lorde, impacta o espectador a fim de confrontá-lo com a realidade e despertar em seu íntimo questionamentos acerca da veracidade de acontecimentos que o cercam sem que ele perceba.

A proposta surgiu a partir do briefing (abaixo) proposto pela professora que nos proporcionou a liberdade de abordagem.

*"Briefing para realização de vídeo para meio visual:
O objetivo da disciplina de Redação para meios de comunicação é ensinar aos alunos as técnicas e conhecimentos direcionados desde a criação de textos até a produção e criação*

de roteiros para VT's. Para avaliação e nota, os alunos terão que desenvolver um vídeo para meio visual com tema criativo e que os conceitos trabalhados em sala de aula sejam aplicados.

O objetivo do vídeo é fazer com que os alunos ponham em prática as teorias e técnicas aprendidas. O VT deve conter entre 15'' e 90'' segundos, o tema escolhido deve ter algum aspecto social ou vender algum produto, é obrigatório desenvolver roteiro e ser realizado em locação interna, deve ser pensado em um trabalho que possa ser veiculado futuramente e é indispensável a criação de um título que precisa ser chamativo e atraente. Para casos de criação de filme institucional deve ser usado o Centro de Artes e Comunicação (CAC) como cliente''.

3 JUSTIFICATIVA

Depois da definição do filme publicitário como institucional e de cunho social, a escolha do tema foi bastante difícil, já que os temas que poderiam e mereciam ser escolhidos eram inúmeros. O abuso sexual não é um tema fácil de ser abordado, porém é necessário que haja espaço para falar sobre esse problema que afeta tantas mulheres no Brasil e no mundo, sem distinção de classe ou raça.

Estamos vivendo um tempo que o papel da publicidade deve ir além da simples venda de produtos e serviços, deve ter caráter conteudista e se envolver com os problemas sociais, já que é um dos fatores formadores de opinião da sociedade atual.

Outro aspecto que pesou bastante foi o fato de academicamente a questão ser pouco abordada, os estudos de gênero na comunicação são bem recentes e não há uma tradição por parte da academia em investir em problemas desse cunho (ESCOSTEGUY, 2008). O que aprendemos na graduação é que o publicitário tem sempre que manter seu espírito inquieto e buscar pelo novo e, nessa busca por quebra de paradigmas, formulamos nosso VT como algo que provocasse inquietação também nos espectadores, no meio publicitário, na academia e no mercado, que a cada projeto inovador procura rever sua forma publicidade.

Esse tema também é de grande importância para o grupo, já que toda a equipe é composta por mulheres que diariamente vivenciam pequenos assédios, pequenas violências simbólicas frutos dessa sociedade que incita e compactua com essas práticas. Realizar o trabalho nesse viés foi capaz de nos dar voz contra essa cultura de estupro, de abuso e assédio, que é menosprezada mais que a cada minuto faz mais uma vítima e vai deixando marcas em milhões de mulheres desse país.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O VT foi pensado e construído em conjunto, conforme discutido e trabalhado muitas vezes em sala de aula: já que era algo novo para o grupo, passamos por todo processo de produção audiovisual como a criação do roteiro, gravação das imagens e edição do vídeo. A ideia era de que menos é mais, ou seja, foi criada uma campanha que com o reforço das imagens e sem nenhuma locução pudesse passar o conceito desejado de que a violência sofrida por mulheres causa constrangimento e desconforto, além de muitas vezes ser invisível para os outros. Como se trata de um tema polêmico, para impactar a audiência foi necessário utilizar cenas fortes – com closes em partes do corpo da atriz sendo acariciada por mãos “estranhas” e cortes rápidos – e trilha de fundo marcante que deixassem abertura para a interpretação do telespectador e, com isso, mexesse com as emoções de quem estava assistindo.

A linguagem imagética do VT foi realizada de forma com que na edição do vídeo os cortes necessários fossem feitos para passar a ideia de intensidade no toque das mãos no corpo da atriz. Técnicas elaboradas pela equipe toda foram utilizadas na gravação como a iluminação de cor branca e de cor vermelha em pontos estratégicos do corpo da atriz para que a sensação de escuridão fosse passada e as marcas e toques de mão – feitos de tinta branca – fossem percebidos.

O material foi integralmente gravado no Laboratório de Imagem e Som (LIS) da Universidade Federal de Pernambuco, conforme descrição no roteiro:

4.1 O Roteiro

Abuso sexual: você não vê, mas acontece.

VT 60”

CENA

TÉCNICA

A atriz está em pé e com a cabeça baixa.	CORTE DE CENA
A atriz levanta a cabeça. Expressão amena.	FOCO NO ROSTO / CORTE DE CENA
A atriz começa a ser tocada por mãos terceiras.	CORTE DE CENA
Mão no braço da atriz.	FOCO / CORTE DE CENA
Mão na coxa da atriz.	FOCO / CORTE DE CENA
Mão na barriga da atriz. A atriz reage.	FOCO / CORTE DE CENA
Mão no cabelo da atriz, alisando.	FOCO / CORTE DE CENA
Mão desce pro rosto.	FOCO / CORTE DE CENA

Mão nos seios da atriz.	FOCO / CORTE DE CENA
A atriz faz uma expressão de raiva/angústia.	FOCO NO ROSTO / CORTE E ABRE A CENA
A atriz em pé está cheias de marcas do abuso.	CENA ABERTA / LUZ É ACESA
	TELA EMBAÇADA E TEXTO: “ABUSO SEXUAL: VOCÊ NÃO VÊ, MAS ACONTECE.”
UMA CAMPANHA DOS ALUNXS DO TERCEIRO PERÍODO DE PUBLICIDADE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO.	TELA PRETA E ASSINATURA.

TRILHA: “Everybody wants to rule the world” (Lorde Version).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Todo o processo, desde a criação do roteiro até as filmagens, foi acompanhado pela professora Adriana Santana, que nos auxiliou sempre que necessário. O VT foi elaborado com uma linguagem exclusivamente imagética, pois o objetivo era chamar a atenção do receptor para a mensagem, que apesar de forte não poderia ser agressiva. O filme tem o tempo de sessenta segundos (60’). Tempo necessário para deixar uma mensagem marcante e que gere algum tipo de indagação. Foi utilizada locação interna, com câmera profissional (disponível na própria Universidade Federal de Pernambuco), a iluminação do local foi pensada para representação de um “clima tenso” e que favorecesse os momentos de foco na atriz. Para esse processo, utilizamos iluminação de cor vermelha e branca. A maquiagem utilizada era simples, porém com olhos bem marcados para que na cena de choro o efeito da maquiagem borrada fosse visível. O figurino usado pela nossa atriz foi uma segunda pele para que desse a sensação de nudez e mostrasse o quanto a vítima de abuso sexual torna-se frágil diante o agressor. As mãos que aparecem nas imagens estavam com luvas, pois o objetivo é mostrar que muitas vezes o agressor não deixa rastros para que outras não desconfiem do abuso ocorrido. Por fim, foram utilizadas marcas de tinta branca que expressam a mensagem de que mesmo que outras pessoas não saibam que a vítima sofre abuso sexual, essas marcas ficarão para sempre na vida da abusada.

6 CONSIDERAÇÕES

Julgamos cumpridos os objetivos do filme. Academicamente falando, através dele alcançamos nota máxima na disciplina Redação para meios de comunicação, ministrada pela professora Adriana Santana, do curso de Comunicação Social – publicidade e

propaganda, e adquirimos conhecimento que nos serão úteis ao decorrer da graduação e também em nossa vida profissional.

No âmbito social também houve bastante satisfação com o resultado final do VT, já que seu conteúdo trata de um tema de suma importância dentro dos debates atuais e, podemos dizer que fala por uma parte da população, um lado do problema que é frequentemente silenciado, submisso, desacreditado.

Sendo assim, atingidos os objetivos acadêmicos e sociais, o contentamento pessoal da equipe com o filme foi enorme já que, nos posicionando como mulheres, tivemos identificação clara com o tema e temos a consciência que estar contribuindo como podemos para transformações sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa**. Porto Alegre: ediPUCRS, 2008.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Estupro no Brasil: uma radiografia segundo os dados da saúde**. Disponível em:

<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/140327_notatecnicadiest11.pdf>. Acesso em: 19 maio. 2015.

LOUREIRO, Gabriela. **Pesquisa revela dados alarmantes sobre abusos sexuais contra mulheres**. Disponível em:

<http://www.brasilpost.com.br/2014/02/12/abuso-sexual-mulher_n_4773869.html>. Acesso em: 14 maio. 2015.

MAGALHÃES, Lívia. **A culpabilização da mulher, vítima de estupro, pela conduta do seu agressor**. Disponível em:

<<http://jus.com.br/artigos/27429/a-culpabilizacao-da-mulher-vitima-de-estupro-pela-conduta-do-seu-agressor>>. Acesso em: 19 maio. 2015.