

SINAL VERMELHO CONTRA A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA: planejamento, execução e análise crítica da campanha humanitária que se tornou lei federal

RED SIGN AGAINST DOMESTIC VIOLENCE: planning, execution and critical analysis of the humanitarian campaign that became federal law

EUNICE MARIA BATISTA PRADO, CPF 881.301.265-91, Endereço profissional: Fórum de Olinda – Av. Pan Nordestina, s/n, 4ª Vara Cível – Vila Popular, Olinda/PE, CEP: 53.010-210, Telefone (81) 99928-3331, e-mail: eunice.prado@tjpe.jus.br
Juíza de Direito (TJPE) e Mestranda no Mestrado Profissional em Direito do PPGPD/Enfam - Escola Nacional de Formação e Aperfeiçoamento de Magistrados.

LUIZA VIEIRA SÁ DE FIGUEIREDO, CPF 955.899.881-87, Endereço profissional: Rua 21 de Setembro n. 1633 – Jardim Aeroporto, Corumbá/MS, CEP: 79.320-110, Telefone: (67) 99991-1039, e-mail: luiza.figueiredo@tjms.jus.br
Juíza de Direito (TJMS), Pós-Doutora em Democracia e Direitos Humanos pela Universidade de Coimbra; Doutora em Ciências Humanas pela Universidade de São Paulo; Mestre em Direito Penal e Garantismo pela Universidade de Girona.

Resumo: Este artigo é um estudo de caso que tem por objeto a parceria da Associação dos Magistrados Brasileiros com o Conselho Nacional de Justiça para atendimento das vítimas de violência doméstica e familiar durante o isolamento social em decorrência da pandemia de Covid-19. O objetivo é analisar criticamente o processo de criação e execução da campanha humanitária nacional que foi conduzida por lideranças femininas do Poder Judiciário, baseada na responsabilidade social, tendo como método a pesquisa descritiva da cronologia dos fatos, procedimentos, alianças, obstáculos, acertos e falhas. A conclusão é que, deparando-se com as deficiências das políticas públicas existentes, a iniciativa lançou bases para o contínuo aperfeiçoamento do sistema de justiça, da legislação e da rede de atendimento às vítimas.

Palavras-chave: Violência doméstica. Pandemia. Políticas públicas. Liderança feminina. Responsabilidade social.

Abstract: This article is a case study on the partnership between the Association of Brazilian Magistrates and the National Council of Justice to assist victims of domestic and family violence during social isolation due to the Covid-19 pandemic. The objective is to critically analyze the process of creation and execution of the national humanitarian campaign that was conducted by female leaders of the Judiciary, based on social responsibility, using as method the descriptive research of the chronology of facts, procedures, alliances, obstacles, successes and failures. The conclusion is that, faced with the deficiencies of the existing public policies, the initiative laid the foundation for the continuous improvement of the justice system, the legislation, and the network of assistance to victims.

Keywords: Domestic violence. Pandemic. Public policies. Women leadership. Social responsibility.

SINAL VERMELHO CONTRA A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA: planejamento, execução e análise crítica da campanha humanitária que se tornou lei federal

1 INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO

O Fórum Brasileiro de Segurança Pública divulgou em 2020 três edições de Notas Técnicas sobre o tema “Violência doméstica durante a pandemia de Covid-19”. Logo no início do isolamento social, a primeira Nota Técnica foi emitida em 16 de abril e apontou que, cerca de um mês depois de declarado em 11 de março o estado de pandemia pela Organização Mundial da Saúde (ONU NEWS, 2020), foi registrada uma queda nos registros de boletins de ocorrência relativos a agressão por violência doméstica, chegando a -29,1% do Ceará, -28,6% do Acre e -21,9% no Mato Grosso, fato que pareceu ter reflexos na quantidade de medidas protetivas de urgência concedidas, cuja queda chegou a -67,7% no Acre, -37,9% em São Paulo e -32,9% no Pará, tudo em comparação ao mesmo período do ano anterior.

Paradoxalmente, os atendimentos de violência doméstica pela Polícia Militar cresceram, saltando para 44,9% em São Paulo, havendo ainda uma impressionante disparada no número de feminicídios registrados: 400% no Mato Grosso, 300% no Rio Grande do Norte, 100% no Acre, 46,2% em São Paulo (FBSP, 2020).

Confirmavam-se, assim, as notícias alarmantes que davam conta do aumento da violência doméstica como um dos mais terríveis efeitos do isolamento social, divulgadas nos países que, antes do Brasil, estavam há meses lidando com a Covid-19, muitos em rígido *lockdown*. E o pior: a constatação de que as vítimas, confinadas com seus agressores e vigiadas o tempo inteiro, não conseguiam denunciar. Em pouco tempo, foi exatamente o que começou a ser perceptível no cenário nacional.

A súbita e drástica diminuição de registros formais de ocorrências de violência doméstica simplesmente não era normal e, com menos concessões de medidas protetivas de urgência, a escalada no número de feminicídios demonstrava a face mais perversa da grave violação de direitos humanos a que estavam sujeitas muitas mulheres brasileiras, no âmbito de seus lares - protegidas do vírus pelo isolamento, porém no lugar mais perigoso onde poderiam estar, se convivessem com agressores.

Dada a gravidade da situação, foi nesse contexto que a AMB - Associação dos Magistrados Brasileiros, por sua Presidente e pelas magistradas integrantes da Diretoria AMB Mulheres, reuniram-se em abril de 2020 com a magistrada então Presidente do FONAVID - Fórum Nacional de Juízas e Juizes de Violência Doméstica e Familiar Contra a Mulher, em busca de soluções, passando a pesquisar sobre como outros países estavam lidando com a questão, com achados que inspiraram um projeto adaptado para o Brasil (AMB, 2020).

Tal projeto foi então apresentado ao Conselho Nacional de Justiça, surgindo assim a parceria entre as instituições, resultando na campanha humanitária nacional que foi lançada meses depois, em junho de 2020, intitulada “Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica”, cujas etapas de planejamento e execução serão descritas na primeira seção deste artigo, em oito tópicos, e analisadas criticamente na segunda seção, à luz de referencial teórico pertinente, tudo seguindo uma ordem cronológica, reconstituída a partir do levantamento e organização dos registros das atividades, entrevistas com as magistradas envolvidas, bem como pesquisa de notícias e relatórios publicados.

Além de abordar como se deu a atuação de lideranças femininas do Poder Judiciário brasileiro nessa jornada, trazendo embasamento doutrinário sobre a importância da participação institucional das mulheres no Poder Judiciário, busca-se documentar e explicar como foi possível lançar, em poucos meses, uma campanha de âmbito nacional, num país de dimensões continentais, que engajou a sociedade civil, teve sucesso na estratégia de comunicação por meio das redes sociais, deu origem a políticas públicas e até se tornou lei.

A importância e utilidade de estudar todo esse processo reside na possibilidade de servir como referência e manancial informativo para sequência ao trabalho em todo o país – mesmo porque será necessário dar efetividade à lei federal recentemente promulgada; visto que, neste artigo, também se busca descrever como o processo de criação de uma campanha humanitária baseada na responsabilidade social acabou se deparando, em seu percurso, com as deficiências do sistema de justiça, da legislação e da rede de atendimento às vítimas, evidenciando a necessidade de contínuo aperfeiçoamento. A conclusão lança luzes sobre diversas novas providências que ainda se fazem necessárias, em termos de políticas públicas, a fim de combater a chaga social que é a violência doméstica no Brasil.

2 FASES DO PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DA CAMPANHA

2.1 PROSPECÇÃO DA EXPERIÊNCIA DE OUTROS PAÍSES

O ponto de partida das magistradas brasileiras, decidido em abril de 2020, em reunião com pauta documentada e convocada por ofício no âmbito da diretoria AMB Mulheres, (AMB, 2020), foi pesquisar como outros países estavam lidando com a questão da violência doméstica contra a mulher durante a pandemia, sendo então selecionadas, num primeiro momento, iniciativas encontradas no Reino Unido, na Espanha e na França.

No Reino Unido, chamou a atenção a *Silent Solution – 999 and 55* e sua campanha de divulgação, *Make Yourself Heard*, expressões que em tradução livre significam, respectivamente, “Solução Silenciosa – 999 e 55” e “Faça-se ouvir”, as quais já existiam antes da pandemia. Se uma vítima estiver em perigo e ligar por telefone celular para o número de emergência 999, e por alguma razão não puder ou não conseguir falar, a chamada será transferida para o sistema de solução silenciosa, em que a vítima ouvirá uma mensagem pedindo que digite o número 55, sinalizando então a situação de emergência para a polícia, mesmo que nenhuma palavra seja dita (IOPC, 2020).

Já a campanha informativa foi desenvolvida após um trágico episódio ocorrido em 2013 (OWEN, 2019), no qual uma mulher chamada Kerry Power ligou para o 999 ao ter sua casa invadida por seu ex-companheiro, mas não digitou 55, e a ligação foi encerrada sem que a polícia tivesse chegado a ser acionada. Horas mais tarde, o próprio agressor telefonou para a polícia, comunicando que havia estrangulado a vítima fatalmente. As investigações concluídas em 2016 demonstraram que a hipótese mais provável é que a vítima pensou que, apenas ligando para o número 999 e desligando (sem digitar 55), a polícia já saberia seu número e sua localização e iria em seu socorro (IOPC, 2020).

O aprendizado com a conclusão das investigações deixou claro que era preciso informar melhor a população sobre o funcionamento do sistema de ligação silenciosa, resultando numa campanha de divulgação lançada em abril de 2019, que embora tenha alcançado mais de 16 milhões de pessoas por meio da mídia e das redes sociais, ainda necessitava ser promovida continuamente para conscientização sobre o serviço, sobretudo durante o

isolamento social imposto pela situação de pandemia, razão pela qual foi reavivada em abril de 2020 (IOPC, 2020).

Na Espanha, verificou-se o protocolo *Mascarilla-19* ou *Mask-19*, que foi desenvolvido em março de 2020 a partir das Ilhas Canárias (arquipélago espanhol situado próximo à costa noroeste da África), logo no primeiro fim de semana do confinamento, poucos dias depois da declaração da situação de pandemia pela OMS. Idealizado pela diretora do *Instituto Canario de Igualdad* (ICI), em colaboração com as duas associações profissionais de farmácias das Ilhas, a solução rapidamente foi replicada por toda a Espanha e outros países (ICI, 2020).

Simples e genial, a fórmula consistiu no uso de uma senha, uma palavra-chave: bastava que uma mulher que estivesse vivendo uma situação de violência doméstica fosse até uma farmácia e pedisse uma “Máscara-19”. A partir dessa solicitação, a equipe farmacêutica deveria fazer uma ligação para o número 112, que é o número do serviço de emergência da Espanha para mulheres em situação de violência, e comunicar que estava se reportando a uma situação de “Máscara-19”, o que deveria gerar a ativação de todo um protocolo de atendimento.

De acordo com informações constantes na página oficial da campanha na Internet, a fórmula foi tida por ideal porque o confinamento total imposto pelo *lockdown*, na tentativa de frear o avanço da contaminação de Covid-19, só permitia que as pessoas saíssem de casa para ir a farmácias e supermercados. As farmácias foram vistas como o espaço mais adequado em virtude de sua função social: sem substituir os órgãos oficiais de atendimento, puderam servir como espaço de acolhimento e pontos emergenciais de apoio, mais próximos das vítimas em seus próprios bairros, e contando com profissionais farmacêuticos nos quais as pessoas confiam.

Consta que em pouco tempo a iniciativa foi encampada pelo Conselho Geral de Farmacêuticos da Espanha e pelo Grupo Farmacêutico da União Europeia. A divulgação da campanha viralizou rapidamente na Internet e apenas 3 meses depois da criação o protocolo já havia chegado a 4 continentes, sendo implementado em países como Itália, França, Alemanha, Noruega, Reino Unido, Argentina, Colômbia, Chile, México, Uganda, Cabo Verde e Austrália (ICI, 2020).

Na França, verificou-se que em março de 2020 o Ministro do Interior e a Ministra da Igualdade entre Homens e Mulheres providenciaram em todo o território nacional francês a implantação do sistema existente na Espanha, de modo que as mulheres vítimas de violência doméstica poderiam pedir ajuda nas farmácias por meio da palavra-código *Masque 19* (Máscara 19). Também foram anunciadas as seguintes ações: a instalação de pontos de apoio em shopping centers para acolher as vítimas; a disponibilização de um fundo de 1 milhão de euros para ajudar as associações de apoio às vítimas; o financiamento de 20 mil pernoites em hotel e mil vagas adicionais em abrigos para vítimas que fugiram de suas casas; o serviço de mensagem de texto (SMS) para o número 114, servindo como pedido de socorro sem que a mulher precisasse falar e portanto sem que corresse o risco de ser ouvida pelo agressor (GENDARMERIE, 2020).

As mulheres francesas ainda podiam contar desde fevereiro de 2018 com a *Brigade Numérique – BNum* (Brigada Digital), solução tecnológica que torna possível denunciar online a qualquer momento, à polícia, qualquer forma de violência. Pode-se ter acesso à solução de três maneiras: por *chat* (bate-papo) em tempo real; por formulário de contato com resposta via e-mail; e por meio de mensagens privadas pelas redes sociais Twitter e Facebook (JARDILLIER, 2018).

2.2 O PROBLEMA DA REALIDADE BRASILEIRA DE DESIGUALDADE SOCIAL E EXCLUSÃO DIGITAL

Ao analisar as soluções digitais prospectadas no Reino Unido e na França, ficou claro que havia muito mais que um oceano de distância em relação ao Brasil. Naquele momento, abril de 2020, o mais recente Relatório de Desenvolvimento Humano existente era o divulgado em dezembro de 2019 pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, intitulado “Além da renda, além das médias, além do hoje: desigualdades no desenvolvimento humano no século XXI” (PNUD, 2019).

Considerando no relatório os indicadores relacionados a saúde, educação e renda (as três dimensões do Índice de Desenvolvimento Humano – IDH), numa lista de 189 países o Brasil ocupava a 79ª posição, em meio à categoria de países considerados como de “Desenvolvimento Humano Elevado”, mas bem distante da posição daqueles tidos como de “Desenvolvimento Humano Muito Elevado” acima mencionados: Reino Unido (15ª) e França (26ª).

Segundo o Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2019, por meio da escolaridade era possível perceber a relação direta entre a vulnerabilidade social e a violência contra a mulher, pois ao analisar o número de feminicídios no Brasil, observou-se que 70,7% das vítimas cursaram somente o ensino fundamental, ao passo que 7,3% tinham ensino superior (FBSP, 2019).

No quesito educação, de acordo com o *Better Life Index* (Índice para uma Vida Melhor), criado em 2011 pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico para reunir indicadores internacionalmente comparáveis a partir de dados oficiais de diferentes países, o ensino médio é uma métrica relevante por demonstrar o mínimo de conhecimento essencial exigido para a plena participação de uma pessoa nas sociedades modernas. Sob esse prisma, mais da metade das pessoas entre 25 e 64 anos não concluiu sequer a educação básica no Brasil. O índice dos adultos que concluíram o ensino médio é de 49%, enquanto no Reino Unido é de 81% e na França é de 78,4% (OCDE, 2020).

Quando se leva em conta que, até mesmo no Reino Unido, com um índice tão alto de escolaridade da população, ainda assim foi necessário veicular em 2019 e repetir em 2020 uma ampla campanha de divulgação de como usar corretamente a “Solução Silenciosa – 999 e 55”, que já existia há mais de sete anos, percebeu-se que estava completamente fora da realidade brasileira tentar copiar solução semelhante de modo emergencial no contexto da pandemia.

Os dispositivos tecnológicos franceses tampouco poderiam servir de modelo para aplicação imediata no Brasil. Não havia tempo hábil para desenvolver, colocar em operação e fazer divulgação de algo como a “Brigada Digital”, que na França já estava estabelecida desde 2018. E, ainda que houvesse tempo, para além da questão do nível de escolaridade da população brasileira, bem como do quantitativo de pessoas com capacidade para conseguir usar adequadamente serviços públicos online, era preciso levar em conta a exclusão digital no país, como demonstra a Pesquisa TIC Domicílios, que desde 2005 mapeia a utilização e o acesso à Internet pelos brasileiros.

De acordo com os principais resultados da pesquisa TIC Domicílios divulgada em maio de 2020, quanto a dados coletados antes da pandemia, 1 a cada 4 brasileiros não usava a Internet. Eram 47 milhões de não usuários (26%) e 134 milhões de usuários de Internet (74%). Entre os que usavam, o celular era o dispositivo mais utilizado (99%) e 58% dos usuários acessavam a Internet somente pelo celular. Havia uma grande diferença de utilização e acesso a depender da classe social, com uma significativa redução da presença de computadores nos domicílios, fator de limitação quanto às possibilidades de uso para

atividades mais complexas de estudo e trabalho. Dos domicílios que não possuíam Internet, 50% eram das classes D e E (CETIC.BR, 2020).

Nesse contexto, a evidente exclusão digital existente no Brasil é fator primordial a ser considerado na criação e no desenho de um serviço online, no tipo de divulgação a ser providenciada e sobretudo no tempo que leva para a população saber da existência do serviço, aprender a usá-lo e se acostumar com a ferramenta.

A questão é que, se estava sendo prospectada uma solução de emergência para as vítimas de violência doméstica durante a pandemia de Covid-19, era preciso que fosse o mais inclusiva possível, de modo que naquele primeiro momento resolveu-se não seguir pelo caminho de desenvolver uma solução tecnológica, porque além de demandar tempo seria inacessível para quem mais precisava de ajuda, que eram as mulheres em situação de vulnerabilidade social.

Além desses fatores, também foi levado em conta, pela experiência das magistradas no cotidiano forense, que no ciclo da violência doméstica comumente o agressor limita ou retira a comunicação da vítima, inclusive escondendo ou até destruindo seu telefone celular. Estava claro que era preciso, portanto, pensar em outra saída.

2.3 COMO E POR QUE FOI DECIDIDA A SOLUÇÃO DO SINAL VERMELHO

Após ponderar as questões da desigualdade social e da exclusão digital, o sistema criado na Espanha com participação das farmácias pareceu o ideal para ser priorizado no Brasil, porque era o que se apresentava com possibilidade de aplicação mais imediata e abrangente.

Havia apenas uma ressalva, que era em relação à palavra-chave “Máscara 19”, pois um dia a pandemia iria passar, e a solução atrelada ao uso da máscara de proteção poderia ficar datada. O sistema parecia interessante demais para não se tornar perene, com potencial até de ser ampliado para outros estabelecimentos além das farmácias, como inclusive na França já estava acontecendo, com pontos de atendimento às vítimas em shopping centers.

Eis que, no âmbito de um contato em meio a reuniões do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime - UNODC, a Diretoria AMB Mulheres que atua no órgão internacional como convidada tomou conhecimento da *Red Dot Initiative* (Iniciativa Ponto Vermelho), por intermédio de uma notícia compartilhada por uma magistrada indiana (NDTV, 2020).

Na Índia, no início de abril de 2020, a fundação *Women Entrepreneurs For Transformation*, uma organização sem fins lucrativos que trabalha para o empoderamento e empreendedorismo feminino, lançou a campanha “Ponto Vermelho”, por meio da qual as pessoas podem identificar uma vítima de violência doméstica ao ver um ponto vermelho na palma da mão dela, podendo informar às autoridades, por se tratar de um pedido de socorro (WEFT, 2020).

No entanto, considerando as diferenças culturais existentes entre a Índia e o Brasil, teve-se a ideia de, ao invés de um ponto, adaptar o sinal na forma de um X vermelho na mão, que podia ser feito com batom.

Com efeito, na Índia há o costume milenar das mulheres usarem o *bindi*, que provém da religião hindu. Vem a ser um adorno na forma de ponto vermelho na testa, com significados diversos a depender da região do país, principalmente para indicar que a mulher é casada. Deriva da palavra sânscrita *bindu*, que sugere o terceiro olho místico de

uma pessoa, colocado entre as sobrancelhas. A tinta vermelha pode ser obtida com vários materiais, mas é comumente feita de pasta de sândalo e cúrcuma vermelha (DAS, 2018). Assim, para fazer o *Red Dot* (ponto vermelho em sinal de socorro), bastava às mulheres indianas aplicarem na mão um ponto com o mesmo material que costumavam usar na testa em seu cotidiano.

No Brasil, o produto de uso feminino para obter efeito semelhante de fazer um sinal na mão era sem dúvida o batom, um dos cosméticos mais populares entre as mulheres, num país que segundo publicação anual da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos ocupa a 4ª posição mundial no mercado consumidor do segmento (ABIHPEC, 2019). Existe até um indicador econômico, o *Lipstick Index* (Índice do Batom), criado em 2001 por Leonard Lauder, presidente da empresa de cosméticos Estée Lauder (THE ECONOMIST, 2009), a demonstrar a evidência estatística de que mesmo mulheres de baixa renda possuem um batom, pois quanto menor o poder de compra, maior é a probabilidade de a consumidora adquirir um item de beleza de baixo custo tal qual um batom, que cabe em seu orçamento e satisfaz sua autoestima mesmo em condições financeiras adversas.

De tudo isso resulta que o X vermelho na mão, feito com batom, tratava-se então de um sinal, que podia ser mostrado de forma discreta e silenciosa, que não dependia do uso de uma palavra-chave e que não estava associado à situação da pandemia. Uma forma de pedir ajuda que dispensava qualquer dispositivo tecnológico, sendo portanto acessível e democrática, podendo ser usada por vítimas de qualquer grau de escolaridade e classe social.

Ao ser apresentada a ideia geral para a Presidente da AMB, sobre o X vermelho na palma da mão como um pedido de socorro a ser mostrado pelas vítimas nas farmácias, mesclando assim as iniciativas observadas na Espanha e na Índia, batizou-se a campanha de “Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica”, iniciando-se de imediato as tratativas junto à cúpula do Poder Judiciário brasileiro para explicar a proposta.

2.4 FORMALIZAÇÃO DO GRUPO DE TRABALHO NO ÂMBITO DO CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA

Segundo o arquivo de documentação das reuniões, a pesquisa de soluções em outros países, os debates e a decisão pelo “Sinal Vermelho”, realizados na AMB por sua Presidente e Diretoria AMB Mulheres, foram feitos em apenas sete dias. No dia 16 de abril de 2020, a proposta foi apresentada por videoconferência à Conselheira que presidia, no Conselho Nacional de Justiça, a Comissão Permanente de Políticas de Prevenção às Vítimas de Violências, Testemunhas e de Vulneráveis.

O fundamento legal do projeto foi o artigo 226, § 8º da Constituição Federal; os artigos 7º e 8º da Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher “Convenção de Belém do Pará”, promulgada pelo Decreto nº 1.973/1996; e todo o Capítulo I do Título III da Lei nº 11.340/2006 (Lei Maria da Penha), que trata das medidas integradas de prevenção e da assistência à mulher em situação de violência doméstica e familiar. Tal capítulo contém o artigo 8º, mencionando no *caput* que a política pública que visa coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher far-se-á por meio de um conjunto articulado de ações da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios e de ações não-governamentais, mediante diretrizes estabelecidas nos nove incisos do referido dispositivo.

Dentre essas diretrizes, destacam-se sobretudo: (i) a integração operacional do Poder Judiciário, do Ministério Público e da Defensoria Pública com as áreas de segurança

pública, assistência social, saúde, educação, trabalho e habitação; (ii) a promoção e realização de campanhas educativas e informativas voltadas à sociedade em geral; (iii) a celebração de convênios, protocolos, ajustes, termos ou outros instrumentos de promoção de parceria entre órgãos governamentais ou entre estes e entidades não-governamentais; (iv) a capacitação das forças policiais e demais atores do sistema de Justiça que atuam nessa seara.

Consta que a Conselheira do CNJ e a Presidente da AMB levaram a questão ao conhecimento do então Presidente do Conselho Nacional de Justiça, e no dia 24 de abril de 2020 foi publicada a Portaria CNJ nº 70, de 22 de abril de 2020, instituindo Grupo de Trabalho destinado à elaboração de estudos para a indicação de soluções ao Conselho Nacional de Justiça voltadas à prioridade de atendimento das vítimas de violência doméstica e familiar ocorrida durante o isolamento social em decorrência da pandemia do novo coronavírus – Covid-19.

A Portaria CNJ nº 70/2020 posteriormente foi alterada pelas Portarias nº 71 e nº 87, respectivamente de 28 de abril de 2020 e de 08 de junho de 2020, ambas acrescentando membros ao Grupo de Trabalho; além da Portaria nº 106, de 01 de julho de 2020, que prorrogou o prazo para conclusão dos trabalhos em 60 dias, quando deveria ser apresentado o relatório final das atividades.

Uma vez formalizado o Grupo de Trabalho, todas as reuniões passaram a ser realizadas por videoconferência pela plataforma emergencial CNJ Cisco WebEx, presididas pela Conselheira do CNJ que estava à frente da Comissão relativa à temática, sendo organizadas por sua assessora, a quem coube expedir ofícios, fazer os contatos necessários e manter organizada toda a documentação produzida e recebida, secretariando os trabalhos.

2.5 PARCERIAS COM AS FARMÁCIAS E FARMACÊUTICOS

A primeira instituição procurada foi a ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária, vinculada ao Ministério da Saúde, por se entender que seria o caminho mais rápido para conseguir entrar em contato com todas as farmácias do Brasil, levando em conta sua posição de agência reguladora, a quem cabe conceder autorização de funcionamento a todos os estabelecimentos do tipo no país, por força da Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976.

Contudo, a tentativa restou frustrada. Para além da sobrecarga de trabalho na agência reguladora, em meio ao avanço galopante da pandemia de Covid-19, somou-se a turbulência política que o Brasil atravessava. Justamente naquele período, houve a exoneração de um Ministro da Saúde, com nomeação de outro, cuja troca de comando também se estendeu aos cargos de segundo escalão (MARINS; CARDOSO, 2020).

Sem poder paralisar as atividades aguardando que a situação se estabilizasse no órgão oficial ligado ao Ministério da Saúde, o Grupo de Trabalho então procurou a iniciativa privada, por meio da Associação Brasileira das Redes de Farmácias e Drogarias, na pessoa de seu Presidente-Executivo, que submeteu a ideia da campanha aos membros do Conselho Diretivo, obtendo pronta aceitação, de modo que tal entidade se tornou desde o início uma das principais parceiras da campanha Sinal Vermelho. Segundo os números divulgados pela entidade, as redes associadas estavam presentes em todos os 26 Estados e no Distrito Federal, cobrindo 859 municípios e 70% da população brasileira, com maior participação em cidades acima de 300 mil habitantes (ABRAFARMA, 2020).

Ocorre que o Brasil é um país de dimensões continentais, que possui 5.570 municípios, o que significa que foi preciso encontrar solução para cobrir as outras 4.711 cidades e atender as vítimas que estavam nos 30% da população brasileira residente nos municípios menores não cobertos por farmácias das redes vinculadas à ABRAFARMA.

Por tal razão, firmou-se parceria com uma entidade que congrega outras redes do varejo farmacêutico, a ABRAFAD – Associação Brasileira das Redes Associativistas de Farmácias e Drogarias, bem como com a FEBRAFAR – Federação Brasileira das Redes Associativistas e Independentes de Farmácias, mas ainda assim não era possível chegar a todos os municípios do Brasil, porque se percebeu que há inúmeras farmácias que não estão vinculadas a qualquer entidade associativa, especialmente nas pequenas cidades. Sem o apoio da ANVISA, ficou muito difícil saber quantas eram e onde estavam essas farmácias, e como seria possível obter o contato de seus representantes legais para conclamá-los na adesão à campanha.

Foram acionadas, então, as Coordenadorias Estaduais das Mulheres em Situação de Violência Doméstica e Familiar no âmbito dos Tribunais de Justiça dos Estados e do Distrito Federal, que são órgãos permanentes de assessoria da Presidência de cada Tribunal de Justiça de todas as Unidades da Federação, criados pela Resolução CNJ nº 128, de 17 de março de 2011, cabendo-lhes atuar sob as diretrizes do Conselho Nacional de Justiça em sua coordenação de políticas públicas concernentes à violência doméstica e familiar contra a mulher.

Num primeiro momento, o Grupo de Trabalho planejou encarregar as Coordenadorias de fazer o mapeamento das farmácias existentes no território de cada Unidade da Federação, por meio de articulação junto aos órgãos de controle locais das atividades farmacêuticas, quais sejam, as agências de vigilância sanitária estaduais e municipais, uma vez que não era possível contar com a agência reguladora federal.

Entretanto, a realidade dos fatos se impôs, frustrando o mapeamento pretendido. Houve reação preocupada de várias magistradas e magistrados que estavam à frente das Coordenadorias, alegando que não possuíam equipe nem estrutura para realizar a tarefa, ainda mais em curto espaço de tempo.

Descortinou-se então a evidência de que em muitos tribunais simplesmente não foi providenciada a adequada estrutura de apoio administrativo e de equipe multiprofissional que deveria existir, apesar de já ter se passado quase uma década desde que o CNJ determinou a criação das Coordenadorias Estaduais.

O fato é que, naquele momento, o mês de maio de 2020 já estava no final e, devido aos obstáculos narrados, ainda não se tinha conseguido fechar a adesão do máximo de farmácias possível, com abrangência suficiente para o lançamento da campanha que se pretendia nacional.

A solução partiu da análise da Lei nº 13.021/2014, que dispõe sobre o exercício e a fiscalização das atividades farmacêuticas, e que em seu art. 6º, inciso I, tornou obrigatória a presença de farmacêutico nos estabelecimentos durante todo o horário de funcionamento. A regra vale para farmácia de qualquer natureza: farmácia sem manipulação ou drogaria, farmácia com manipulação e farmácia privativa de unidade hospitalar. Isso significa que não importa se a farmácia é associada a uma entidade representativa ou se é independente, assim como não importa o tamanho da cidade onde esteja ou o porte do estabelecimento, pois há sempre de ter um profissional farmacêutico.

Nesse passo, ao invés de buscar somente a pessoa jurídica dos estabelecimentos (farmácias e seus representantes legais), resolveu-se procurar também a pessoa física dos

farmacêuticos, como único meio de atingir a capilaridade que se buscava, tendo o condão de fazer a campanha efetivamente chegar aos 5.570 municípios brasileiros.

Para tanto, foi essencial a parceria fechada junto ao Conselho Federal de Farmácia e aos Conselhos Regionais de Farmácia, enquanto órgãos de registro e fiscalização do exercício da profissão, por força da Lei nº 3.820/1960. Assim, tais órgãos conseguiram enviar rapidamente via Internet o material relativo à campanha a todos os farmacêuticos do Brasil, que abraçaram a causa com total senso de responsabilidade social, para além de uma coincidência carregada de simbolismo: terem a mesma profissão de Maria da Penha Maia Fernandes, a vítima de violência doméstica que devido a sua luta por justiça tem seu nome batizando a Lei nº 11.340/2006. Ela é farmacêutica bioquímica, formada na Universidade Federal do Ceará (IMP, 2020).

2.6 PARCERIAS COM AS FORÇAS POLICIAIS

Em paralelo à busca de adesão das farmácias e farmacêuticos à campanha Sinal Vermelho, o Grupo de Trabalho também atuou para alcançar o engajamento de outra parceira essencial: a Polícia, tanto a Militar como a Civil.

Por força do art. 144, § 6º, da Constituição Federal, as polícias militares e civis são subordinadas aos Governadores dos Estados e do Distrito Federal. O § 7º do mesmo dispositivo constitucional prevê que a lei disciplinará a organização e o funcionamento dos órgãos responsáveis pela segurança pública, de maneira a garantir a eficiência de suas atividades. O diploma legal que traz essa disciplina é a Lei nº 13.675/2018, que instituiu o Sistema Único de Segurança Pública - SUSP e criou a Política Nacional de Segurança Pública e Defesa Social - PNSPDS, com a finalidade de preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio, por meio de atuação conjunta, coordenada, sistêmica e integrada dos órgãos de segurança pública e defesa social da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, em articulação com a sociedade.

Dentre os princípios dessa política nacional, constam a otimização dos recursos materiais, humanos e financeiros das instituições; bem como a relação harmônica e colaborativa entre os Poderes. Dentre as diretrizes, destaca-se a integração entre os Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário no aprimoramento e na aplicação da legislação penal; além da colaboração do Poder Judiciário, do Ministério Público e da Defensoria Pública na elaboração de estratégias e metas para alcançar os objetivos de tal política.

Sendo assim, para atingir a finalidade da campanha, de atuação integrada para atendimento emergencial e proteção às vítimas de violência doméstica isoladas no contexto da pandemia, era vital contar com o apoio e coordenação do órgão central do Sistema Único de Segurança Pública: o Ministério da Justiça e Segurança Pública.

Acontece que também nesse aspecto a turbulência política que o Brasil atravessava foi um fator complicador. No mesmo dia 24 de abril de 2020, em que foi publicada no Diário da Justiça Eletrônico a Portaria CNJ nº 70, criando o Grupo de Trabalho em comento, houve uma súbita mudança de comando no Ministério da Justiça e Segurança Pública que gerou, por suas circunstâncias, uma grave crise institucional no governo brasileiro, de modo que naquele período não havia espaço para tratar da campanha Sinal Vermelho.

Assim, até que a situação se estabilizasse no Ministério em questão, o Grupo de Trabalho iniciou a abordagem do assunto com representantes de órgãos policiais colegiados, quais sejam, o Conselho Nacional dos Chefes da Polícia Civil e o Conselho Nacional de Comandantes Gerais das Polícias Militares e Corpos de Bombeiros Militares.

Ficou definido que os atendimentos das vítimas em situação de emergência, reportados por telefone pelos farmacêuticos ao número 190, seriam feitos pela Polícia Militar, conduzindo posteriormente os envolvidos para a Polícia Civil. Para que a comunicação da ocorrência acontecesse de maneira ágil, discreta e segura, a situação ideal era que a Polícia Militar de cada Estado cuidasse de fazer uma alteração pontual em seu POP – Procedimento Operacional Padrão, conforme modelo sugerido pelo Grupo de Trabalho, de modo que tanto a central de atendimento ao número 190 como toda a corporação já estivesse ciente do que se tratava a campanha Sinal Vermelho, o que exigia um esforço de engajamento, comunicação e capacitação.

Foi necessário ainda entrar em entendimento não só com as forças policiais como também em reuniões com o Conselho Nacional do Ministério Público, o Colégio Nacional dos Defensores Públicos Gerais e o Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil, quanto ao fato de que os farmacêuticos ou atendentes fossem vistos apenas como *comunicantes*, não sendo arrolados como testemunhas nem sendo conduzidos à delegacia, a não ser na excepcional situação de serem testemunhas oculares, caso presenciassem de fato a ocorrência de crime no recinto da farmácia. Essa questão foi uma preocupação externada pelas farmácias vinculadas à ABRAFARMA, por seus departamentos jurídicos, a fim de evitar prejuízo às atividades das empresas pelos possíveis deslocamentos frequentes de seus funcionários à delegacia e posteriormente ao fórum, caso fossem considerados testemunhas de ouvir dizer apenas por terem recebido os pedidos de ajuda das vítimas.

Na situação em que a vítima conseguisse ir até a farmácia pedir ajuda mas não pudesse esperar a chegada da polícia, caberia ao farmacêutico ou atendente colher dados mínimos de identificação, como nome, endereço e telefone, a serem imediata e oralmente reportados à Polícia Militar por telefone para o número 190. Isso porque as farmácias tinham a preocupação de não manter dados sensíveis das vítimas de violência doméstica em seu poder, alertadas por seus departamentos jurídicos quanto a possíveis desdobramentos futuros em virtude da Lei Geral de Proteção de Dados, que estava para entrar em vigor – fato que veio a ocorrer em 18 de setembro de 2020 (SENADO, 2020).

Para contabilizar os resultados da campanha e direcionar seu aprimoramento, o Grupo de Trabalho criou um formulário eletrônico via *Google Docs* sem identificação das vítimas, a ser preenchido pelos farmacêuticos com data, local e hora dos atendimentos dos casos que chegassem às farmácias por meio da campanha Sinal Vermelho, além de outras informações como tempo de espera para a chegada da polícia. Pensou-se na criação de um aplicativo, sistema, ou outra solução tecnológica mais sofisticada e precisa, mas a ideia foi descartada porque não havia tempo hábil para o desenvolvimento. Àquela altura, o Fórum Brasileiro de Segurança Pública já havia divulgado, em 29 de maio de 2020, a segunda edição de sua Nota Técnica sobre “Violência doméstica durante a pandemia de Covid-19”, mais uma vez evidenciando o recrudescimento dos casos e a urgência de soluções (FBSP, 2020a).

Assim, resolvidas as parcerias essenciais com as farmácias, farmacêuticos e forças policiais, no dia 10 de junho de 2020 finalmente a campanha Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica foi lançada oficialmente no Conselho Nacional de Justiça, em solenidade virtual transmitida por seu canal oficial no YouTube (CNJ, 2020).

2.7 TREINAMENTO, PLANEJAMENTO DE MÍDIA E DIVULGAÇÃO

Para aprimorar a comunicação da campanha, duas novas integrantes foram formalmente incluídas no Grupo de Trabalho, por meio da Portaria CNJ nº 87, de 08 de junho de 2020.

Buscando suprir a deficiência estrutural de algumas Coordenadorias da Mulher, a desembargadora Presidente do COCEVID – Colégio de Coordenadores Estaduais da Mulher em Situação de Violência Doméstica passou a fazer interlocução com as magistradas e magistrados à frente das Coordenadorias dos tribunais dos Estados e do Distrito Federal. A intenção foi não só melhorar o fluxo de comunicação das diretrizes do Grupo de Trabalho do CNJ para com as Coordenadorias, como também receber os questionamentos e dúvidas destas, que podiam reportar mais rápido ao CNJ as dificuldades e particularidades regionais, bem como apresentar sugestões.

A principal atribuição das Coordenadorias da Mulher vinculadas aos Tribunais de Justiça era a articulação com os Conselhos Regionais de Farmácia, com os Comandos-Gerais da Polícia Militar e com as Secretarias de Segurança Pública das respectivas Unidades da Federação, adotando todas as providências necessárias para divulgação da campanha e capacitação quanto aos protocolos de atendimento criados pelo Grupo de Trabalho. Esperava-se também que as Coordenadorias da Mulher promovessem o engajamento e a ampla divulgação da campanha junto a diferentes atores do Sistema de Justiça local, do terceiro setor, da mídia, do empresariado, da sociedade.

A outra integrante incluída no Grupo de Trabalho nessa fase da campanha, por meio da referida Portaria nº 87/2020, foi a Conselheira do CNJ que presidia a Comissão Permanente de Comunicação do Poder Judiciário, passando a definir com a Presidente da AMB a estratégia de comunicação da campanha junto à sociedade.

Como não havia tempo hábil para percorrer no CNJ todo o procedimento administrativo de licitação para contratação de serviços, foi utilizada a estrutura de comunicação já existente na própria AMB, enquanto entidade privada.

Foi criada a principal peça da campanha (AMB, 2020), um vídeo legendado cujo roteiro demonstrava uma mulher entrando numa farmácia e mostrando ao farmacêutico o X vermelho na palma da mão, feito com um batom, enquanto uma voz feminina dizia:

Às vezes o grito de socorro é silencioso. E pode vir de um simples batom. Durante a pandemia, as mulheres estão mais expostas à violência doméstica e com menos oportunidades de pedir ajuda pela proximidade do agressor. Se esse é o seu caso, faça um X vermelho na palma da sua mão e mostre na farmácia ao atendente. A Polícia Militar será chamada. Você não está sozinha! Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica.

Foi posteriormente inserida no vídeo a tradução para a língua brasileira de sinais (Libras), além de ser providenciado outro vídeo em espanhol, a fim de ser compreensível para mulheres imigrantes e refugiadas oriundas de outros países da América do Sul, sobretudo da Venezuela, concentradas na Região Norte do país. Depois foi feito mais um vídeo, dessa vez protagonizado por uma mulher indígena, falando em tupi-guarani.

Também foram criadas duas cartilhas virtuais, uma direcionada às farmácias e outra às mulheres vítimas. Para as farmácias, ainda foi criado um tutorial em vídeo no qual a Presidente da AMB explicava o protocolo de atendimento, reforçando o texto das cartilhas. O mesmo material poderia ser usado para o treinamento das corporações militares. Além disso, as juízas de primeiro grau integrantes do Grupo de Trabalho conduziram capacitações por videoconferência sempre que solicitado.

A AMB criou um endereço eletrônico para contato, o e-mail sinalvermelho@amb.com.br, além de uma nova aba no menu de sua página na Internet, www.amb.com.br/sinalvermelho, na qual disponibilizou todo o material produzido, inclusive o Termo de Adesão, baseado em ato voluntário de responsabilidade social. Bastava o representante legal da farmácia interessada fazer o *download*, assinar e devolver pelo *e-mail* criado. Assim, o nome do estabelecimento passava a constar da lista

de farmácias parceiras, também disponibilizada no site e constantemente atualizada a cada nova adesão. Da mesma forma o CNJ criou em seu portal na Internet, no campo de Programas e Ações, aba específica para a Campanha Sinal Vermelho, na qual se encontram todas as informações necessárias para a adesão.

Ao aderir à campanha, a farmácia ou entidade parceira recebia um *link* do *Google Drive* contendo em vários arquivos e formatos não só o material de treinamento, mas todas as peças desenvolvidas para a campanha publicitária, disponíveis para impressão, rádio, televisão e redes sociais.

Por decisão da Presidente da AMB e da Conselheira Presidente da Comissão de Comunicação do CNJ, ficou resolvido que todo o material publicitário era editável, para que o parceiro da campanha pudesse adicionar seu logotipo ao lado da marca da AMB e do CNJ, sendo assim identificado como participante da campanha. Esse fator foi importante para o engajamento do empresariado e de outros órgãos e entidades, por lhes propiciar publicidade positiva em torno de uma causa nobre.

Nas redes sociais, foram criados perfis da campanha no Facebook e Instagram (@campanhasinalvermelho), bem como no Twitter (@sinalvermelho), incentivando a denúncia e divulgando conteúdo informativo sobre violência doméstica, com design gráfico de qualidade e linguagem acessível, usando sempre a *hashtag* da campanha (#sinalvermelho).

Foi ainda criada uma estratégia que se mostrou bastante exitosa, “Marque uma mulher que você admira”, em que internautas divulgavam nas redes sociais a própria foto com um X vermelho na palma da mão, marcando outras pessoas na publicação e instigando-as a postar imagem semelhante, tática que foi um fator decisivo para tornar a campanha viral, ainda mais quando publicada espontaneamente por artistas, cantores, celebridades, atletas, times de futebol, políticos e influenciadores digitais com milhões de seguidores.

A campanha contou com a adesão de uma atriz e apresentadora da Rede Globo de televisão, que aceitou *pro bono* vincular sua imagem como madrinha, participando de transmissões ao vivo pelas redes sociais. As magistradas integrantes do Grupo de Trabalho e as que estavam à frente das Coordenadorias da Mulher nos tribunais agiram como multiplicadoras e divulgadoras da campanha, ao participarem de incontáveis entrevistas e debates, entre outros eventos na Internet, em redes de rádio e televisão, em jornais e revistas, e também em ambientes acadêmicos e jurídicos de todo o país.

A estratégia de publicidade teve o auxílio de parceiros da campanha, a exemplo de organizações não-governamentais como os grupos Mulheres do Brasil e Mulheres do Varejo, Instituto Mary Kay, Turma do Bem; de instituições como associações estaduais de magistrados, Seccionais da OAB, Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos; além das farmácias, Conselhos Regionais de Farmácia e corporações policiais, que fizeram divulgação em seus próprios perfis nas redes sociais, bem como entre seus associados e colaboradores, que por sua vez também utilizaram a tática de “Marque uma mulher que você admira”.

Além das providências mencionadas, as assessorias de comunicação tanto da AMB como do CNJ atuaram em conjunto, mantendo contato com as assessorias de comunicação de todos os tribunais e associações de magistrados do país, para que seguissem de maneira sincronizada um calendário de divulgação de conteúdo.

No segundo semestre de 2020, principalmente no período compreendido entre os meses de setembro e novembro, foi possível perceber pelo acompanhamento do uso da *hashtag* #sinalvermelho no Instagram que a campanha foi incorporada à propaganda eleitoral de diversas pessoas que se candidataram a cargos de vereador e prefeito nas

Eleições Municipais de 2020. Assim, candidatas e candidatos de todo o Brasil divulgaram a própria foto com o X vermelho na palma da mão em seus perfis nas redes sociais, para demonstrar ao eleitorado seu compromisso com a luta contra a violência doméstica.

2.8 CONTEÚDO DO RELATÓRIO FINAL E PRINCIPAIS RESULTADOS ALCANÇADOS PELA CAMPANHA

De acordo com o Relatório Final apresentado em cerimônia solene na sessão plenária do CNJ no dia 1º de setembro de 2020, passados pouco mais de dois meses desde o dia 10 de junho de 2020, quando a campanha foi oficialmente lançada, até aquele momento o Grupo de Trabalho havia realizado 57 reuniões, encaminhado 93 ofícios, fechado 22 parcerias e conseguido a adesão oficial de 11.685 farmácias. Por meio das redes sociais, conforme as métricas até então apuradas pela assessorias de comunicação da AMB e do CNJ, 8 milhões de pessoas já haviam sido alcançadas com a notícia da existência da campanha.

Somente por esses números, em termos de mídia espontânea, não há paralelo de aceitação e engajamento da sociedade com qualquer campanha anterior que tenha sido lançada pelo Poder Judiciário brasileiro.

A campanha Sinal Vermelho também foi notícia nos programas e telejornais de maior audiência de diversas emissoras de televisão e suas afiliadas em todo o Brasil, alcançando milhões de pessoas pelo meio de comunicação mais utilizado pela população.

Logo após o lançamento, com a divulgação do vídeo institucional na televisão aberta, começaram a surgir em vários Estados as notícias, repercutidas na imprensa, de mulheres que foram salvas e acolhidas após terem ido até uma farmácia para pedir socorro usando o Sinal Vermelho.

Porém, no Relatório Final do Grupo de Trabalho constou que a campanha havia conseguido ajudar efetivamente, até aquele momento, apenas 43 mulheres em situação de perigo, formalmente contabilizadas (CNJ, 2020). A questão é que os dados reais de atendimento não foram coletados de forma correta e confiável. O sistema que o Grupo de Trabalho havia criado às pressas, de formulário eletrônico via *Google Docs*, quase não foi utilizado pelas farmácias que aderiram à campanha. Os policiais militares que atenderam as ocorrências, assim como os policiais civis que as receberam nas delegacias, de modo geral também não cuidaram de registrar que o caso era advindo da campanha Sinal Vermelho, inclusive porque esse dado não era um campo a preencher nem tampouco um dado a coletar nos sistemas padronizados das forças policiais.

Aliás, segundo apurado junto às magistradas integrantes do Grupo de Trabalho, não havia sido cogitado que a solução do formulário a ser preenchido pelas farmácias seria desconsiderada. Por isso, não se chegou a pensar na alternativa de registro da informação pela polícia, até mesmo em função da dificuldade de pôr em prática tal pretensão. Já havia sido uma tarefa desafiadora solicitar alteração do procedimento operacional padrão utilizado em cada um dos Estados para adequar o atendimento das vítimas à proposta da campanha Sinal Vermelho. As forças policiais de cada Estado utilizam um sistema diferente, alguns já são totalmente digitais, de modo que era inviável, em curto espaço de tempo, fazer com que em cada Unidade da Federação fosse criado ou reservado algum campo para informação sobre a campanha Sinal Vermelho, em formulários de preenchimento manual ou de sistemas eletrônicos de registro de ocorrências.

Além disso, outro fato imprevisto pelo Grupo de Trabalho foi que muitas vítimas começaram a fazer denúncias e a pedir socorro por meio dos perfis oficiais da campanha

nas redes sociais, publicamente ou por mensagem privada, de modo que teve de ser criado um fluxo para atender e encaminhar os casos aos órgãos adequados.

Também não se esperava que em alguns lugares houvesse o interesse de promover o relançamento da campanha (ou lançamento local), capitaneado ora por autoridades do Poder Judiciário, ora do Legislativo ou do Executivo, fato bastante positivo porque deu mais visibilidade, abrindo ensejo para reforço da divulgação. Assim, de acordo com as informações disponíveis no *site* da AMB sobre a campanha, houve lançamentos locais em solenidades nos Estados do Amapá (30/06), Piauí (24/07), Goiás (24/07), Minas Gerais (27/07), Rio Grande do Norte (14/08), Paraná (14/08) e Alagoas (26/08); havendo ainda lançamentos no Distrito Federal (30/07) e no município de Niterói (24/07).

Além da concretização da campanha Sinal Vermelho, o relatório lido no plenário do CNJ em 1º de setembro de 2020, com a apresentação dos resultados do Grupo de Trabalho, também demonstrou o cumprimento das demais atribuições que haviam sido delimitadas no art. 2º da Portaria CNJ nº 70/2020.

Nesse passo, o Grupo propôs a redação do ato que resultou na Recomendação nº 67, de 17 de junho de 2020, para que os Presidentes dos Tribunais de Justiça, em caráter de urgência, realizassem gestões junto às Secretarias de Segurança Pública das respectivas unidades da federação, para que fossem admitidos, de imediato, o registro eletrônico (*online*), de ocorrência de crimes praticados no contexto de violência doméstica e familiar contra a mulher; o envio de dados e arquivos (*upload*) hábeis à demonstração da materialidade da infração, tais como documentos, fotografias, exames médicos ou laudos, bem como a formulação de pedido de medidas protetivas de urgência.

A mesma Recomendação também salientou a urgência na remessa de pedido de medida protetiva para análise pelo juiz ou pela juíza, bem como reforçou a necessidade de comunicação à vítima, em caso de prisão, soltura ou fuga do agressor, da forma mais imediata possível, por contato telefônico ou mensagem de texto via *WhatsApp* ou outro aplicativo similar.

Encerrando o cumprimento de suas atribuições, o Grupo de Trabalho elaborou a minuta do ato que resultou na Recomendação CNJ nº 79, de 08 de outubro de 2020. Posteriormente alterada pela Recomendação CNJ nº 82, de 16 de novembro de 2020, dispõe sobre a necessidade de capacitação em direitos fundamentais, desde uma perspectiva de gênero, de magistradas e magistrados que detenham competência para aplicar a Lei Maria da Penha como titulares de Varas ou Juizados; daqueles que se removeram ou se promoveram para essas unidades; e daqueles que atuam em plantões judiciais e audiências de custódia; devendo a capacitação ser incluída nos cursos de formação inicial da magistratura e ser facultada a todos os magistrados e magistradas.

Adicionalmente, o Grupo de Trabalho elaborou um plano de ação mais denso e abrangente, contendo dezessete tópicos com várias frentes de trabalho para avançar na elaboração de políticas públicas sobre a temática da violência doméstica, ainda pendentes de criação e/ou aperfeiçoamento, percebidas a partir da observação das deficiências da rede de atendimento durante a experiência de elaboração da campanha Sinal Vermelho. Cerca de dois meses depois, tais tópicos tornaram-se os incisos do art. 2º da Portaria CNJ nº 259, de 20 de novembro de 2020, que criou novo Grupo de Trabalho, manteve integrantes do anterior, acrescentou outros magistrados e magistradas, e fixou prazo de dois anos para desenvolvimento das atribuições, prorrogável por igual período.

Apresentados, assim, os resultados em Relatório Final, desfeito o Grupo de Trabalho original criado pela Portaria CNJ nº 70/2020 com o encerramento do prazo e cumprimento

de sua finalidade, a campanha Sinal Vermelho continuou reverberando de forma positiva na sociedade, a ponto de alcançar o mais inesperado dos efeitos: inspirou projetos de lei.

Conforme registrado no *site* oficial e nas redes sociais da campanha, mantidos pela AMB, o código Sinal Vermelho como medida de combate e prevenção à violência doméstica foi objeto de lei, em primeiro lugar, no Distrito Federal, servindo de parâmetro para leis semelhantes em diversos Estados, a exemplo de Goiás, Rondônia, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Alagoas, Paraíba, Maranhão, Piauí, Acre, Sergipe, Paraná; além de inúmeros municípios em todas as regiões do país, até que se tornou lei federal.

Com efeito, a Lei nº 14.188, de 28 de julho de 2021, entre outras importantes disposições – endurecer a pena para o crime de lesão corporal simples cometida contra a mulher por razões da condição do sexo feminino e criar o tipo penal de violência psicológica contra a mulher – definiu o programa de cooperação Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica como uma das medidas de enfrentamento da violência doméstica e familiar contra a mulher previstas na Lei Maria da Penha.

Ficou legalmente autorizada, em todo o território nacional, a integração entre o Poder Executivo, o Poder Judiciário, o Ministério Público, a Defensoria Pública, os órgãos de segurança pública e as entidades privadas, para promover e realizar o programa Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica, devendo ser providenciado um canal de comunicação com repartições públicas e entidades privadas a fim de viabilizar assistência e segurança à vítima, bem como a realização de campanha informativa e capacitação permanente dos profissionais envolvidos.

3 ANÁLISE CRÍTICA DA INICIATIVA

Analisando todo o contexto em que a campanha Sinal Vermelho foi criada, bem como seus significativos resultados, o primeiro ponto a destacar é o papel das lideranças femininas da magistratura brasileira que encabeçaram o projeto, porque é emblemático o fato de ter advindo do somatório de competências de mulheres integrantes de instituições dominadas pela presença masculina na alta cúpula, mas que neste momento da História têm na AMB a primeira mulher na Presidência em mais de 70 anos de existência da entidade (SANTOS, 2019), com uma Diretoria AMB Mulheres criada há pouco tempo (AMB, 2019); além de que na composição do CNJ, durante o período de elaboração do projeto, havia a maior presença feminina em 15 anos desde a criação do órgão, contando na época com 6 Conselheiras dentre 15 membros (CNJ, 2020).

Schumacher e Ceva (2015, p. 459), ao analisarem as trajetórias de mulheres nos três Poderes desde a luta das sufragistas no Brasil, que passaram a introduzir no Estado um olhar com perspectiva de gênero sobre questões que afetam as mulheres, afirmam o seguinte no que se refere à presença feminina em cargos de destaque no Poder Judiciário:

Dar visibilidade à trajetória de mulheres que ocuparam ou ocupam cargos de poder, especialmente as que vestem ou vestiram toga, contribui para elucidar conquistas e desafios na superação de preconceitos históricos que perduraram por séculos na sociedade e em instituições – preconceitos ainda hoje expressos pela reduzida presença de mulheres em funções e cargos considerados tipicamente masculinos, como é o caso da carreira jurídica e da magistratura.

Barsted (2011, p. 34-35), discorrendo sobre a participação decisiva de organizações feministas na elaboração de convenções internacionais e da legislação brasileira de proteção à mulher, aponta que “no Brasil, a *advocacy* feminista nas últimas três décadas teve como alvos e interlocutores os poderes legislativo e executivo”, e que o Poder

Judiciário, por ser mais hermético, conservador e mais distante de movimentos sociais, não estava recebendo a devida pressão por parte de organizações feministas para ser mais proativo e atuante, dada a importância de seu papel na aplicação da lei para garantia dos direitos das mulheres a uma vida sem violência doméstica.

Porém, fato é que, no caso da campanha Sinal Vermelho e seus desdobramentos, a só presença de mulheres magistradas nas altas esferas de poder, em cargos estratégicos e em número significativo, já foi suficiente para uma verdadeira guinada em termos de atuação, proatividade, até mesmo inédito protagonismo do Poder Judiciário na articulação com os outros Poderes, com demais atores do sistema de Justiça, com a iniciativa privada e com o terceiro setor, no sentido de buscar a formulação de políticas públicas mais efetivas e adequadas para o enfrentamento da violência doméstica e familiar contra a mulher no Brasil.

Sob esse prisma, as magistradas envolvidas na campanha, munidas de sua parcela de poder, agindo de forma totalmente espontânea e sem necessidade de qualquer pressão ou influência externa, apenas lançaram mão (i) do método de união de esforços femininos para contrabalançar a “*inclusão em desvantagem*” numérica e (ii) de “*décadas de acúmulo de estudos de gênero*” – fontes das quais podem beber as mulheres que hoje rompem barreiras e tetos de vidro, alcançando presença nos espaços decisórios, como discorreu Biroli (2018, pp. 205 e 207), ao tratar do lugar das mulheres na democracia brasileira e sua luta por igualdade, do ponto de vista da Ciência Política.

Também destacando o coletivo, Beard (2018, pp. 93-95) afirma que “não se pode, com facilidade, inserir as mulheres numa estrutura que já está codificada como masculina; é preciso mudar a estrutura”. Para tanto, propõe enfatizar o exercício do poder feminino “na forma colaborativa”, angariando apoios, selando alianças, engajando pessoas, para realmente conseguir fazer a diferença e de fato atingir os avanços almejados na proteção de direitos. Tal historiadora britânica, a título de exemplo, menciona que “um dos mais influentes movimentos políticos da atualidade, o *Black Lives Matter*” (Vidas Negras Importam), foi fundado por três mulheres de cujos nomes nem se ouve falar (Alicia Garza, Patrisse Cullors e Opal Tometi), mas que juntas reuniram todos os atributos necessários para alcançar a força de um movimento coletivo relevante na História, trazendo a questão do racismo ao centro do debate urgente e necessário.

A propósito, é justamente sobre esse assunto – a questão racial –, que está a maior crítica que se pode fazer não só à campanha Sinal Vermelho, mas de modo geral às políticas públicas de combate à violência doméstica e familiar contra a mulher vigentes no país, que é ausência de enfoque e debate mais profundo sobre interseccionalidade, que leve em consideração as questões sobrepostas de gênero, raça e classe.

Segundo o Atlas da Violência 2021, elaborado pelo IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e pelo FBSP – Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que analisou dados relativos a 2019, “66% das mulheres assassinadas no Brasil eram negras” e que, na série histórica, “em 2009, a taxa de mortalidade de mulheres negras era 48,5% superior à de mulheres não negras, e onze anos depois a taxa de mortalidade de mulheres negras é 65,8% superior à de não negras”. À luz de tão alarmantes dados, o relatório é categórico ao afirmar que a elaboração de políticas públicas de enfrentamento à violência contra a mulher “não pode prescindir de um olhar sobre o racismo e a discriminação e como estes fatores afetam desigualmente as mulheres” (CERQUEIRA *et al.*, 2021).

Akotirene (2020, p. 67) destaca que a Lei Maria da Penha foi “resultante duma articulação internacional de feministas majoritariamente brancas, de classe média e acadêmicas”, e que somente o estudo da interseccionalidade irá fornecer os instrumentos necessários para que todos os atores do sistema de proteção à vítima de violência doméstica possam

estabelecer protocolos de atendimento e coleta de dados que sejam adequados às realidades das mulheres negras e em situação de vulnerabilidade social.

Outra crítica que cabe à iniciativa ora analisada é a lacuna de debates, estudos, métodos e dados que resultem em adequada proteção das vítimas de violência doméstica em situação de hipervulnerabilidade, como mulheres com deficiência. Como medida de acessibilidade, percebeu-se apenas a tradução em Libras do vídeo de divulgação da campanha.

Também cabe apontar, como mais um hiato a preencher, a busca de um diálogo maior com o sistema de saúde, enquanto importante porta de entrada para atendimento da mulher vítima de violência doméstica, principalmente quanto à coleta e análise de dados das vítimas que chegam machucadas e são socorridas em prontos-socorros e hospitais, bem como quanto à capacitação de profissionais de saúde nas questões legais em torno da violência doméstica.

Já como grande trunfo da campanha Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica, pode-se citar o mote da responsabilidade social, que foi a base de toda a concepção do projeto, demonstrando ser uma poderosa mola propulsora para a adesão da iniciativa privada imbuída de valores além do lucro e do terceiro setor, em torno de uma causa que mobiliza a sociedade. Demonstrou ser um campo bastante promissor, merecendo estudos mais aprofundados para dele extrair todas as suas potencialidades, observando parâmetros como aqueles previstos no Programa Brasileiro de Certificação em Responsabilidade Social, a partir da Norma Internacional ISO 26000 (INMETRO, 2011).

Com efeito, em se tratando a violência doméstica de um *wicked problem* (expressão cunhada no campo da Ciência Política que costuma ser traduzida para “problema complexo”), com todas as características previstas por Rittel e Webber (1973), não se trata de transferir responsabilidades estatais, mas de envolver a sociedade civil organizada como agente de transformação, no enfrentamento a uma chaga enraizada no machismo estrutural que permeia a sociedade brasileira – que só a educação e o esclarecimento serão capazes de vencer num futuro ainda muito distante.

Por isso mesmo, não se pode deixar de reconhecer outro grande trunfo da campanha: o acerto das estratégias de divulgação, por meios digitais, baseadas no conceito de *marketing de conteúdo*, que segundo Kotler (2017, p. 147), “envolve criar, selecionar, distribuir e ampliar conteúdo que seja interessante, relevante e útil para um público claramente definido com o objetivo de gerar conversas sobre esse conteúdo”.

4 CONCLUSÃO

A campanha Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica, como visto no decorrer deste artigo, para além de servir como meio de acolhimento emergencial de vítimas em isolamento social durante a pandemia de Covid-19 – que era o propósito para o qual foi concebida no início –, acabou rendendo frutos importantes ao se revelar como força catalisadora da aproximação dos órgãos de cúpula da magistratura brasileira com membros de outros Poderes e instituições, tendo o condão de unir competências para pensar conjuntamente em soluções diante do complexo e multifacetado problema da violência doméstica e familiar contra a mulher no Brasil.

Demonstrou-se a importância da participação institucional feminina na alta cúpula do Poder Judiciário e na maior entidade nacional de classe da magistratura, em inédita configuração, responsável por abrir uma interlocução mais próxima do CNJ e da AMB

com membros do Congresso Nacional, sobretudo da bancada feminina – mas não só, e com membros do Poder Executivo, para debater com harmonia e independência sobre projetos de lei necessários ao aperfeiçoamento do sistema de atendimento e proteção às mulheres vítimas de violência doméstica. O resultado mais significativo foi a promulgação da Lei nº 14.188, de 28 de julho de 2021, definindo para todo o Brasil, dentre outras importantes disposições, o programa de cooperação Sinal Vermelho contra a Violência Doméstica como uma das medidas de enfrentamento da violência doméstica e familiar contra a mulher previstas na Lei Maria da Penha.

Com importantes lideranças do empresariado, bem como do terceiro setor, viu-se que também foi aberto um valioso canal de diálogo, pois representam a sociedade civil organizada comprometida com o bem comum e com a solução de problemas sociais. Para tanto, o principal vetor foi a ideia de *responsabilidade social*, capaz de amalgamar diferentes instituições e entidades, públicas e privadas, em torno de um propósito: adotar providências concretas para atenuar a carga social da violência doméstica contra a mulher no Brasil. Nessa toada, pode-se vislumbrar um futuro promissor com outras possibilidades de parcerias, em temas como assistência às vítimas, trabalho, emprego, educação e qualificação profissional, enquanto portas de saída do ciclo de violência.

Outro aspecto que ficou evidente na campanha foi a importância do papel desempenhado pelas Coordenadorias da Mulher vinculadas aos Tribunais, para conduzir e operacionalizar nos Estados e no Distrito Federal as políticas públicas traçadas em Brasília pelo CNJ quanto ao tema da violência doméstica, observando as peculiaridades regionais. Evidenciou-se que é preciso dotá-las de mais estrutura, recursos, treinamento e capacidade de gestão em projetos para que consigam desenvolver as relevantes atribuições que lhes cabem.

Foi possível perceber, ainda, a intensificação do diálogo interinstitucional com outros atores do sistema de Justiça e da rede de proteção à mulher vítima de violência doméstica, sobretudo o Ministério Público, as forças policiais, a Defensoria Pública, a OAB, abrindo caminho para a formalização de outros termos de cooperação e ações conjuntas para aperfeiçoamento dos mecanismos de proteção às vítimas, com destaque para a capacitação em gênero – outra providência sugerida pelo Grupo de Trabalho, que o CNJ adotou para magistrados e magistradas atuantes na temática, a partir das Recomendações nº 79 e nº 82 de 2020.

Destacou-se também o valor da comunicação, que foi fundamental para o sucesso da campanha Sinal Vermelho como amplificadora da mensagem de que toda a sociedade brasileira tem a responsabilidade de combater a violência doméstica. Ficou claro como é importante para o Poder Judiciário não descuidar da comunicação sobre o tema, devendo primar pelo planejamento estratégico para interagir eficazmente com seu público interno, com as outras instituições e sobretudo com a sociedade e os jurisdicionados e jurisdicionadas. Para tanto, o ideal é que as assessorias de comunicação dos tribunais recebam mais atenção, treinamento, investimento e modernização, estando aptas a utilizar com melhor proveito o potencial das redes sociais e do *marketing de conteúdo*, mas também se preocupando com acessibilidade e com as pessoas que são excluídas digitais, para as quais o rádio continua sendo uma solução.

No quesito inovação e tecnologia, demonstrou-se que o CNJ, acolhendo proposta do Grupo de Trabalho e observando a independência e harmonia entre os Poderes, dadas as repartições de competências, expediu a Recomendação nº 67/2020, instando todos os Presidentes de Tribunais a realizarem gestão junto às Secretarias de Segurança Pública das respectivas Unidades da Federação, para que fossem criadas soluções para o registro eletrônico de ocorrência de crimes de violência doméstica contra a mulher. Além disso,

foi visto que o CNJ também acolheu proposta do Grupo de Trabalho, no sentido de determinar aos juízes e juízas que utilizassem, sempre que possível, os meios digitais de comunicação mais rápidos com as vítimas. Sobre esse tópico, foram demonstrados números que demonstram a dimensão da exclusão digital no Brasil, fator que sempre deve ser levado em consideração na formulação de políticas públicas para todas as pessoas, devendo haver soluções para mulheres tanto incluídas como excluídas digitais.

Mencionou-se o prazo de duração do Grupo de Trabalho criado pela Portaria nº 70/2020, que teve apenas quatro meses de existência mas, como visto, rendeu resultados extremamente significativos, indo muito além dos objetivos inicialmente definidos. Diante de um prazo tão curto, e com um escopo emergencial, certamente não havia a menor pretensão de resolver todos os problemas do sistema de proteção à mulher vítima de violência doméstica, que envolve múltiplos atores e fatores e é uma das mais graves feridas sociais do Brasil, de tal maneira que faz parecer mero placebo todo esse esforço aqui narrado. Prova disso é o último Atlas da Violência divulgado, já mencionado neste artigo, que traz números que só aumentam.

Em meio a tais alarmantes números, estão muitas vidas femininas perdidas e também muitos filhos órfãos do feminicídio – para os quais ainda não há um protocolo de atendimento definido nacionalmente. É uma tragédia brasileira em tendência crescente e que pode ocorrer a qualquer mulher, sem distinção de raça, classe e grau de instrução; porém atingindo ainda mais fortemente as mulheres negras e mais vulneráveis socialmente.

É urgente e necessário que os três Poderes, demais instituições do sistema de Justiça e a sociedade civil organizada tratem do assunto com a devida prioridade na formulação de políticas públicas pensadas em conjunto; orientadas a dados fidedignos, bem coletados e inteligentemente estruturados; e baseadas em instrumentos como audiências públicas e pesquisa empírica – a exemplo de grupos focais, que podem ser um instrumento útil para escutar as vivências e necessidades específicas de mulheres negras, mulheres indígenas, mulheres com deficiência, mulheres refugiadas, mulheres transgênero e transexuais.

Quanto ao Poder Judiciário, foram lançadas as bases para o plano de trabalho mais abrangente, com dezessete tópicos, a ser executado em dois anos, que foi apresentado pelas lideranças femininas da magistratura no apagar das luzes do Grupo do Trabalho criado pela Portaria nº 70/2020, e acolhido pela Presidência do CNJ, ao instituir a Portaria nº 259/2020, inaugurando outra fase na contínua necessidade de aperfeiçoamento do sistema de proteção às mulheres vítimas de violência doméstica no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Panorama do Setor 2019**. [S. l.], 14 maio 2019. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2019-2/>. Acesso em: 7 set. 2021.

ABRAFARMA. Perfil do grande varejo. **Revista Excelência**, Ano IX, n. 9, p. 10. Disponível em: <https://www.abrafarma.com.br/assets/Revista%20Excel%C3%Aancia%20Abrafarma%20-%202019.pdf>. Acesso em: 7 set. 2021.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Sueli Carneiro; Editora Jandaíra, 2020. (Feminismos Plurais/coordenação de Djamila Ribeiro).

AMB. **AMB Mulheres: comissão discute políticas institucionais relacionadas à equidade de gênero.** Associação dos Magistrados Brasileiros, 14 jun. 2019. Disponível em: <https://www.amb.com.br/amb-mulheres-comissao-discute-politicas-institucionais-relacionadas-equidade-de-genero/>. Acesso em: 7 set. 2021.

AMB. **Ofício Circular nº 050/2020/AMB/SG.** Associação dos Magistrados Brasileiros. Brasília, 6 abr. 2020. Destinatário: Membro da Diretoria AMB Mulheres. Arquivo AMB.

AMB. **Sinal vermelho contra a violência doméstica.** Associação dos Magistrados Brasileiros. Disponível em: <https://www.amb.com.br/sinalvermelho/>. Acesso em: 7 set. 2021.

AMB. **[Solicitação audiência virtual].** Presidência AMB. Destinatário: Gabinete da Conselheira Maria Cristiana. Brasília, 8 abr. 2020. E-mail. Arquivo AMB.

BARSTED, Leila Linhares. **Lei Maria da Penha: uma experiência bem-sucedida de advocacy feminista. Lei Maria da Penha comentada em uma perspectiva jurídico-feminista.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, p. 13-38, 2011.

BEARD, Mary. **Mulheres e poder: um manifesto.** Tradução Celina Portocarrero. São Paulo: Planeta do Brasil, 2018. Tradução de: Women and Power.

BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: os limites da democracia no Brasil.** 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Portaria n. 70, de 22 de abril de 2020.** DJe 24 abr. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3294>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Portaria n. 71, de 28 de abril de 2020.** DJe 29 abr. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3293>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Portaria n. 87, de 08 de junho de 2020.** DJe 09 jun. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/atos-normativos?documento=3358>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Portaria n. 106, de 01 de julho de 2020.** DJe 02 jul. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3369>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Portaria n. 259, de 20 de novembro de 2020.** DJe 23 nov. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3590>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Recomendação n. 67, de 17 de junho de 2020.** DJe 19 jun. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3399>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Recomendação n. 79, de 08 de outubro de 2020.** DJe 09 jun. 2020. Disponível em: [https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3514#:~:text=1%C2%BA%20Recomendar%20aos%](https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3514#:~:text=1%C2%BA%20Recomendar%20aos%20)

[20Tribunais%20de,a%20Lei%20n%C2%BA%2011.340%2F2006](#). Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Recomendação n. 82, de 16 de novembro de 2020**. DJe 19 nov. 2020. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/3580>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Resolução n. 128, de 17 de março de 2011**. DJe 21 mar. 2011. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/atos-normativos?documento=151>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Constituição da República Federativa do Brasil, de 05 de outubro de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 1.973, de 1º de agosto de 1996**. DOU 2 ago. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1996/d1973.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%201.973%2C%20DE%20%C2%BA,9%20de%20junho%20de%201994. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Decretos de 16 de abril de 2020**. DOU 16 abr. 2020. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=16/04/2020&jornal=604&pagina=1>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto de 24 de abril de 2020**. DOU 24 abr. 2020. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=24/04/2020&jornal=604&pagina=1>. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Lei n. 3.820, de 11 de novembro de 1960**. DOU 21 nov. 1960. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/13820.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Lei n. 6.360, de 23 de setembro de 1976**. DOU 24 set. 1975. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/16360.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Lei n. 11.340, de 07 de agosto de 2006**. DOU 08 ago. 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2004-2006/2006/Lei/L11340.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Lei n. 13.021, de 08 de agosto de 2014**. DOU 11 ago. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/113021.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Lei n. 13.675, de 11 de junho de 2018**. DOU 12 de jun. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/L13675.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Lei n. 14.188, de 28 de julho de 2021**. DOU 29 jul. 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2019-2022/2021/lei/L14188.htm. Acesso em: 7 set. 2021.

CERQUEIRA, Daniel. **Atlas da violência 2021**/Daniel Cerqueira *et al.*, — São Paulo: FBSP, 2021. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/arquivos/artigos/1375-atlasdaviolencia2021completo.pdf>. Acesso em: 7 set. 2021.

CETIC.BR. **TIC Domicílios 2019**. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Campanha Sinal Vermelho**. Conselho Nacional de Justiça. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/violencia-contr-a-mulher/campanha-sinal-vermelho/>. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Comissões são ampliadas e têm integrantes eleitos**. Notícias CNJ/Agência CNJ de Notícias, 6 nov. 2019. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/comissoes-sao-ampliadas-e-tem-integrantes-eleitos/>. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Conselheira destaca a importância do rádio na comunicação do Judiciário**. Notícias CNJ/Agência CNJ de Notícias, 11 nov. 2020. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/conselheira-destaca-importancia-do-radio-na-comunicacao-do-judiciario/>. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Drogarias auxiliaram ao menos 43 mulheres em situação de violência doméstica**. Notícias CNJ/Agência CNJ de Notícias, 1 set. 2020. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/drogarias-auxiliaram-ao-menos-43-mulheres-em-situacao-de-violencia-domestica/>. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Grupo define ações para fortalecer Judiciário no combate à violência contra mulheres**. Notícias CNJ/Agência CNJ de Notícias, 27 dez. 2020. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/grupo-define-acoes-para-fortalecer-judiciario-no-combate-a-violencia-contr-a-mulheres/>. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Portal CNJ 15 anos**. Conselho Nacional de Justiça. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/cnj15anos/>. Acesso em: 7 set. 2021.

CNJ. **Sinal Vermelho: CNJ lança campanha de ajuda a vítimas de violência doméstica na pandemia**. Notícias CNJ/Agência CNJ de Notícias, 10 jun. 2020. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/sinal-vermelho-cnj-lanca-campanha-de-ajuda-a-vitimas-de-violencia-domestica-na-pandemia/>. Acesso em: 7 set. 2021.

DAS, Subhamoy. **Bindi: The Great Indian Forehead Art**. Learn Religions, [S. l.], 12 jun. 2018. Disponível em: <https://www.learnreligions.com/bindi-the-great-indian-forehead-art-1770089>. Acesso em: 7 set. 2021.

FBSP. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2019**. Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Disponível em: https://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/10/Anuario-2019-FINAL_21.10.19.pdf. Acesso em: 7 set. 2021.

FBSP. **Nota técnica: violência doméstica durante a pandemia de Covid-19.** Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 16 abr. 2020. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2018/05/violencia-domestica-covid-19-v3.pdf>. Acesso em: 7 set. 2021.

FBSP. **Nota técnica: violência doméstica durante a pandemia de Covid-19 - Ed. 2.** Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 29 maio 2020. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2020/06/violencia-domestica-covid-19-ed02-v5.pdf>. Acesso em: 7 set. 2021.

GENDARMERIE. **Violences conjugales : pharmacies et centres commerciaux associés au dispositif d'alerte.** [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.gendarmerie.interieur.gouv.fr/zooms/dispositif-d-alerte-des-violences-conjugales-pharmacies-sms>. Acesso em: 7 set. 2021.

ICI. **La mascarilla que llegó para quedarse.** [S. l.], 2020. Disponível em: <http://mascarilla19.com/internacional/>. Acesso em: 7 set. 2021.

IMP. **Quem é Maria da Penha.** Instituto Maria da Penha. Disponível em: <https://www.institutomariadapenha.org.br/quem-e-maria-da-penha.html>. Acesso em: 7 set. 2021.

INMETRO. **Programa Brasileiro de Certificação em Responsabilidade Social.** Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, 2011. Disponível em: http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/index.asp. Acesso em: 7 set. 2021.

IOPC. **If you're at risk of domestic abuse, remember the Silent Solution.** Independent Office for Police Conduct. [S. l.], 22 abr. 2020. Disponível em: <https://www.policeconduct.gov.uk/news/if-youre-risk-domestic-abuse-remember-silent-solution>. Acesso em: 7 set. 2021.

JARDILLIER, Morgane. **Brigade numérique: la proximité 2.0.** **GENDinfo**, [S. l.], 3 out. 2018. Disponível em: <https://www.gendinfo.fr/dossiers/la-proximite-numerique/Brigade-numerique-la-proximite-2.0>. Acesso em: 7 set. 2021.

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0.** Tradução Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MARINS, C.; CARDOSO, C. **8 dias que abalaram o país:** da saída de Mandetta à de Moro, o governo Bolsonaro desidrata. UOL Notícias. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/reportagens-especiais/oito-dias-que-abalaram-o-governo-bolsonaro/#cover>. Acesso em: 7 set. 2021.

NDTV. **Using A “Red Dot”, Women Report Domestic Violence Cases Amid Lockdown.** All India/Press Trust of India, 4 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ndtv.com/india-news/using-a-red-dot-women-report-domestic-violence-cases-amid-lockdown-in-coronavirus-pandemic-2206146>. Acesso em: 7 set. 2021.

OCDE. **OECD Better Life Index:** Educação. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Disponível em: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/pt/quesitos/education-pt/>. Acesso em: 7 set. 2021.

ONU NEWS. **Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia.** [S. l.], 11 mar. 2021. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881#:~:text=A%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20Mundial%20da%20Sa%C3%BAde,presente%20agora%20em%2014%20pa%C3%ADses>. Acesso em: 7 set. 2021.

OWEN, Jonathan. **Murder victim inspires Silent Solution campaign to save lives.** PRWeek, [S. l.], 9 abr.2019. Disponível em: <https://www.prweek.com/article/1581519/murder-victim-inspires-silent-solution-campaign-save-lives>. Acesso em: 7 set. 2021.

PNUD. **Relatório do Desenvolvimento Humano 2019.** Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Nova York, 2019. Disponível em: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2019_pt.pdf. Acesso em: 7 set. 2021.

RITTEL, H.; WEBBER, M. **Dilemmas in a general theory of planning.** *Policy Sciences* 4, p. 155-169, 1973. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/Dilemmas-in-a-general-theory-of-planning-Rittel-Webber/3667a56bd911445a6c0fc9447771d964e6831146>. Acesso em: 7 set. 2021.

SANTOS, Rafa. **Marco histórico. Com quase 80% dos votos, Renata Gil é a primeira mulher eleita presidente da AMB.** CONJUR, 8 nov. 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-nov-08/primeira-mulher-eleita-presidente-amb-80-votos>. Acesso em: 7 set. 2021.

SCHUMAHER, Schuma; CEVA, Antonia. **Mulheres no poder:** trajetórias na política a partir da luta das sufragistas do Brasil. 1. ed. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2015.

SENADO. **Lei Geral de Proteção de Dados entra em vigor.** Senado Notícias. Brasília, 18 set. 2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/09/18/lei-geral-de-protecao-de-dados-entra-em-vigor>. Acesso em: 7 set. 2021.

THE ECONOMIST. **The lipstick index. Lip service: what lipstick sales tell you about the economy.** [S. l.], 23 jan. 2009. Disponível em: <https://www.economist.com/unknown/2009/01/23/lip-service>. Acesso em: 7 set. 2021.

WEFT. **Red Dot Initiative.** Women Entrepreneurship for Transformation. Disponível em: <https://weft-foundation.com/event/red-dot-initiative/>. Acesso em: 7 set. 2021.