



Projeto de Campanha Carnaval de 2020

1. Evento
Campanha Carnaval 2020
2. Proposta de parceria
Associação de Bares e Restaurantes de Goiás – Abrasel/GO Secretaria Municipal de Políticas Públicas para as Mulheres de Goiânia-GO Polícia Rodoviária Federal
3. Objetivos
3.1. Objetivo Geral Realizar campanha preventiva e informativa sobre violências cometidas contra mulheres em relações familiares, durante o período do Carnaval de 2020, nos bares e restaurantes do estado de Goiás.
3.2. Objetivos específicos a) Divulgar informações relevantes para o combate a violência contra mulheres e meninas no período do carnaval goiano. b) Promover oportunidade de conscientização e sensibilização da população sobre os tipos de violências domésticas e familiares contra mulheres, conforme descritos na Lei Maria da Penha (Lei 11.340/2006). c) Informar sobre os canais para denúncia de violações aos direitos das mulheres, sobretudo em casos de violência doméstica e familiar. d) Criar ambientes mais seguro para as mulheres em bares e restaurantes. e) Fomentar a parceria entre o Poder Judiciário a associações da sociedade civil no combate a violência contra mulheres.
4. Justificativas
Em 2019, foi realizada a primeira parceria para Campanha de Carnaval entre a Coordenadoria Estadual da Mulher em Situação de Violência Doméstica e Familiar e a Associação de Bares e Restaurantes de Goiás – Abrasel/GO, em que foram produzidos conteúdos diferentes para o público feminino e o masculino. O material publicitário destinado às mulheres serviu para informar sobre os tipos e escalada dos atos violentos e o material



destinado aos homens teve como foco a responsabilização do autor sobre seus atos e da comunidade na proteção da mulher vítima de violência doméstica e familiar.

A Campanha, inicialmente pensada para o município de Goiânia-GO, foi desenvolvida com boa receptividade nos bares e restaurantes da capital, tal como por membros do Poder Judiciário goiano. Por fim, os cartazes foram distribuídos também para comarcas do interior do estado, sob demanda, o que revelou o alcance da campanha maior do que o previsto no projeto.

Diante da relevância da ação proposta e dos bons resultados atingidos, apresentamos a edição de 2020, que terá como tema: **o ciclo da violência contra mulheres perpetrada por parceiros íntimos.**

Os primeiros especialistas a estudarem a violência conjugal, assinalaram que ela se manifesta sob a forma de ciclos. Isso significa que a violência se instala progressivamente, primeiro por meio de tensão e hostilidades, que nem sempre são percebidas. Classicamente, o ciclo da violência se desenvolve em cinco fases, que se repetem e, a cada etapa, o perigo aumenta para aquela que sofre.

I) **fase de tensão:** caracteriza-se pela irritabilidade, que muitas vezes é relacionada, segundo o parceiro, pelas preocupações da vida cotidiana. A violência não se manifesta diretamente, mas por atitudes, tom de voz e silêncios hostis. Durante essa fase, o homem tende a responsabilizar a mulher por suas frustrações e estresse de sua vida. Como resultado, a mulher se sente responsável e tenta agradar, renunciando seus próprios desejos.

II) **fase de agressão:** são gritos, insultos e ameaças, pode também haver danos a objetos, antes do primeiro episódio de violência física. Pode ocorrer do homem forçar as relações sexuais, para melhor marcar sua dominação. O autor da violência muitas vezes percebe na explosão como se fosse um alívio, a liberação de tensões acumuladas. A mulher, comumente, sente-se sem recursos e, muitas vezes, vê na submissão uma solução.

III) **fase de desculpas:** o autor da violência busca anular ou minimizar seu comportamento. As explosões de violência vêm, sem dúvida, acompanhadas de arrependimentos, mas como se trata de um sentimento desagradável, o autor tenta livrar-se dele, buscando uma explicação que lhe permita não se sentir culpado. Então, surgem conclusões como: “ela provocou” ou justificação por motivos externos (raiva, bebida, sobrecarga de trabalho). Nesta fase, o autor da violência pede perdão e faz juramentos de que haverá mudanças de comportamento. A vítima, com ingenuidade, acredita nas promessas.



IV) **fase de reconciliação**: chamada também de “fase de lua de mel”, em que o autor da violência adota atitude agradável e colaborativa. O que move essas mudanças ocasionais é o medo do abandono. Este mesmo medo, posteriormente, os fará retomar as tentativas de controle da parceira, gerando novamente o aumento de tensão. O ciclo da violência pode, então, recomeçar.

V) **aparente calma**: passada a fase de reconciliação, pode haver um intervalo de aparente calma. Essa fase termina quando recomeçam os pequenos incidentes e as humilhações.

O ciclo da violência, quando não é interrompido com efetividade, tende a evoluir em escalada de agressão, que pode chegar ao feminicídio.

Ressaltamos, mais uma vez, que em Goiás, foi verificado que 64,24% das mulheres em situação de violência doméstica e familiar foram agredidas em suas residências, enquanto 19,95% foram atingidas em vias públicas e 3,17% no interior de bares e similares, conforme dados levantados pelo Instituto Mauro Borges¹ (2017).

Embora o número de ocorrências no setor de bares e restaurantes seja minoritário, há que se considerar que o consumo de álcool pode ser um facilitador de atitudes agressivas, devido ao efeito desinibidor, que reduz a censura em relação a seus próprios atos, o que pode desencadear reações violentas. Segundo o mesmo Instituto (2017, p. 4), 45,49% dos agressores estavam alcoolizados quando praticaram o ato violento, sendo que “o percentual de cônjuges agressores alcoolizados que é quase duas vezes maior que o percentual de cônjuges agressores que não consumiram bebida alcoólica”. Essa verificação indica a possibilidade que em muitos casos de violência doméstica contra mulher a fase de aumento de tensão tenha começado no espaço de bares e similares e culminado na explosão da agressividade ocorrida nas residências ou vias públicas.

Enfrentar e prevenir as violências contra mulheres é papel do Estado e da sociedade civil. Visando alcançar a comunidade goianiense, a Coordenadoria da Mulher em Situação de Violência Doméstica e Familiar apresenta a campanha de caráter educativo que tem como escopo informar sobre a dinâmica da violência conjugal, que tem vitimado, sobretudo, mulheres.

A campanha proposta parte do entendimento que a conscientização, base para combater a violência contra mulheres, é obtida por meio de informação. A publicidade, em

1. INSTITUTO MAURO BORGES DE ESTATÍSTICAS SOCIOECONÔMICAS – IMB, *A violência contra mulher em Goiás*. Informativo técnico nº 05, SEPLAN, Março/2017.



estabelecimentos comerciais de entretenimento e alimentação comuns aos goianos, pode ser um importante veículo para ajudar à criação de um clima social adverso a esse problema social, contribuindo de forma efetiva para a sua prevenção, ao sensibilizar a população.

Segundo pesquisa do *Consumer Reports on Eating Share Trends* (CREST), 34% dos brasileiros se alimentam fora do lar². Neste cenário, considera-se que a disponibilização de material educativo em bares e restaurantes é medida de alcance público.

5. Metodologia

A campanha de carnaval resultará da parceria entre o Tribunal de Justiça do Estado de Goiás e a Abrasel – regional Goiás. A produção do conteúdo publicitário ficará a cargo da Coordenadoria da Mulher em Situação de Violência Doméstica e Familiar e do Centro de Comunicação Social do TJGO, tal como a confecção do material.

Os painéis serão entregues a Abrasel/GO que será responsável por: a distribuição do material entre os bares e restaurantes participantes, o visionamento do anúncio e a fiscalização do compromisso estabelecido pelos estabelecimentos com a campanha.

Será possível também a distribuição do material sob demanda de membros do Poder Judiciário, de órgãos públicos e da sociedade civil, com formalização dos pedidos via e-mail para: coordenadoriamulher@tjgo.jus.br. Os pedidos serão encaminhados, via PROAD, para o setor gráfico.

Os materiais publicitários e educativos devem ser expostos à vista do público. Nos bares e restaurantes, sugerimos que os cartazes sejam fixados, preferencialmente, nos banheiros, de forma visível.

Na versão da Campanha em 2020, será realizada também a parceria com a Secretaria Municipal de Políticas Públicas para Mulheres, da Prefeitura de Goiânia, que ficará responsável pela impressão da arte em leques, a serem distribuídos nos eventos relacionados ao Carnaval, sobretudo nos bloquinhos que acontecem nas semanas anteriores ao feriado nacional, neste município. Além disso, a Secretaria será também parceira para a distribuição dos cartazes e divulgação da Campanha em suas redes sociais e demais meios.

A Polícia Rodoviária Federal também aderiu a campanha como parceira, na perspectiva de distribuição dos cartazes nos banheiros dos postos da PRF do estado de Goiás e

2. SUA FRANQUIA. 34% dos brasileiros se alimentam fora do lar. Disponível em: <https://www.suafranquia.com/noticias/alimentacao//07/34-dos-brasileiros-se-alimentam-fora-do-lar/>. Acesso em 06/12/2018.

de, futuramente, estender a campanha para os postos de combustíveis.

Serão informados, de forma destacada, os telefones e endereços das Delegacias Especializadas de Atendimento a Mulher, das Delegacia Gerais da Polícia Civil (onde não houver especializada), da Polícia Militar, da Defensoria Pública do Estado de Goiás, da Polícia Rodoviária Federal, além do aplicativo Goiás Seguro.

Todas as instituições parceiras e apoiadoras se comprometerão a divulgar a campanha em suas redes sociais e a lista dos bares e restaurantes participantes.

6. Conteúdo

A Coordenadoria Estadual da Mulher em Situação de Violência Doméstica e Familiar e o Centro de Comunicação Social do TJGO elaborará material que conste em seu conteúdo o tema proposto para a campanha: **o ciclo da violência contra mulheres perpetrada por parceiros íntimos.**

Apresentamos em seguida, algumas inspirações para a elaboração do material educativo.

a) O ciclo da violência em 5 fases, conforme Leonore Walker (1979), em seu livro “*The Battered women*”:

Círculo da violência conjugal contra mulheres.



b) Trecho de uma campanha francesa, em que são apresentadas ilustrações com palavras-chave e estatísticas da ONU sobre violência contra mulheres:



A tradução dos quadros seria:

1 em cada 3 mulheres são vítimas de violência durante a vida Fonte: ONU	Amor à primeira vista (ou, no sentido literal: “golpe de amor”).	Soco (ou, no sentido literal, golpe de punho)
Para o melhor	Para o pior	Mais de 1 em 2 países não condena o estupro conjugal, ou seja, 127 países no total. Fonte: ONU

c) Frases que são ditas ou costumes que são repetidos quando o casal está inserido no ciclo da violência:





As imagens apresentadas são meramente exemplificativas, não representando o conteúdo final da campanha. Na segunda imagem, faz-se necessária a adaptação do conteúdo ao tema da campanha.

Na parte inferior, de forma visível, constará telefones específicos dos órgãos públicos de proteção e assistência jurídica apoiadores da campanha de cada município participante.

7. Riscos

A Campanha foi elaborada com foco na necessidade de adesão pela Abrasel. Sendo assim, apresenta-se como risco de inviabilidade da Campanha a rejeição dos parceiros ou a renúncia dos mesmos. Outro risco previsto é a impossibilidade de confecção do material pela gráfica do TJGO. Caso ocorra, será necessário buscar recurso externo à Instituição judiciária.

8. Cronograma

Descrição da Atividade	Dez/2019	Jan/2020	Fev/2020	Mar/2020
Elaboração do projeto	x	x		
Reunião com os parceiros		x		
Assinatura do Termo de Cooperação		x		
Elaboração do material publicitário		x		
Distribuição do material publicitário			x	
Execução da campanha			x	
Avaliação				x

O prazo mínimo para exposição do material nos estabelecimentos comerciais compreenderá os dias 10 de fevereiro a 15 de março de 2020.



Goiânia-GO, 18 de dezembro de 2019

Sherloma Aires
Coordenadoria da Mulher em Situação de Violência - TJGO