

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, UNA MIRADA DIFERENTE

BETSY LORENA NINCO CORTÉS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C
2007

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, UNA MIRADA DIFERENTE

BETSY LORENA NINCO CORTÉS

Tesis para optar al título de
Comunicador Social - Publicista

Asesor Trabajo de Grado
MARCELA HENAO ÁLVAREZ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C
2007

“La Universidad no se hace responsable de los conceptos emitidos por sus alumnos en sus proyectos de grado. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católica, y porque los trabajos no contengan ataques o polémicas puramente personales. Antes bien, que se vea en ellos el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Artículo 23
Reglamento Académico
Pontificia Universidad Javeriana

RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

I. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO

1. Autor (es):

Betsy Lorena Ninco Cortés

2. Título del Trabajo:

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, UNA MIRADA DIFERENTE

3. Tema central:

La violencia contra la mujer

4. Subtemas afines:

La violencia, la violencia de género, la violencia conyugal, la violencia intrafamiliar, los Derechos de la mujer, los caminos jurídicos en Colombia para la mujer maltratada, el potencial social de la publicidad, función educativa de la publicidad, publicidad con fines sociales, intervención de la publicidad en la problemática del maltrato contra la mujer,

4. Campo profesional:

Publicidad y Editorial.

5. Asesor del Trabajo:

Marcela Henao Álvarez.

7. Fecha de presentación: Mes: Julio Año: 2007 Páginas: 131

II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. Objetivo o propósito central del Trabajo:

Realizar un aporte teórico al tema de la violencia física contra la mujer en sus hogares y al tema de publicidad, mediante la investigación, definición y caracterización de la violencia contra la mujer y la publicidad de bien público como agente de cambio, respectivamente,

que finalmetne desemboque en una aplicación y propuesta de una campaña publicitaria de bien público que fomente la denuncia de las mujeres víctimas de maltrato físico en su hogar.

6. Contenido

Introducción; La violencia contra la mujer, un golpe a la dignidad femenina; La publicidad, una herramienta que trasciende lo comercial; La publicidad de bien público, una mirada al cambio social; La propuesta, una mirada diferente al problema; Costos; Conclusiones, Bibliografía, Anexos.

7. Autores principales

Sobre la Violencia contra la mujer ENTREVISTAS, *Angelica Bernal* Olarte pertenece al equipo del área de erradicación de las violencias de género de la Política Pública de Mujer y Género de la Alcaldía Mayor de Bogotá; *Maria Helena Ordóñez*, coordinadora de la Casa Matriz de Igualdad de Oportunidades para las mujeres que hace parte de la Política de Mujer y Género de la Alcaldía Mayor de Bogotá. **Sobre publicidad:** *Philip Kotler*, teórico americano especializado en el concepto de mercadeo social. *Yaromir Muñoz*, autor colombiano especialista en mercadeo y creador de un texto sobre mercadeo social en Colombia. ENTREVISTAS a *Hernán Salamanca Uribe*, director del departamento de comunicación para el desarrollo de la agencia REP/GRAY y a *Raquel Sofía Amaya*, directora de la agencia RSA Producciones.

8. Conceptos clave

Violencia contra la mujer, derechos de la mujer, publicidad de bien público.

9. Proceso metodológico.

TIPO DE TRABAJO: Teórico con sistematización de experiencia y de producción

PROCEDIMIENTOS:

Proceso investigativo a nivel teórico sobre la violencia contra la mujer y demás conceptos relacionados, y también de publicidad de bien público. Consultas y entrevistas realizadas a personajes involucrados en entes estatales o privados que buscan la protección de la mujer, a profesionales y conocedores del tema de violencia contra la mujer como psicólogos y comunicadores; y a trabajadores del sector público como los comisarios de familia.

HERRAMIENTAS:

Consultas vía telefónica y por correo electrónico. Investigación en diferentes bibliotecas de universidades y en internet. Recolección de mensajes de bien público (comerciales en DVD y afiches suministrados por las agencias). Lectura, resumen, clasificación y análisis de la información recolectada. Entrevistas y visitas a agencias y posterior transcripción de la información pertinente para este trabajo.

10. Reseña del Trabajo

En la actualidad, existen innumerables problemáticas sociales que agobian a la población colombiana, en especial contra los niños y las mujeres, quienes se convierten blancos fáciles por su condición dependiente de acciones violentas y humillantes. El maltrato físico contra la mujer por parte de su compañero o cónyuge, es una de las problemáticas más comunes efectuadas dentro del hogar y que deja como víctimas a tres de cada cinco mujeres en Colombia.

En la actualidad, es labor de los medios masivos de comunicación poner en evidencia este tipo de problemáticas coyunturales para nuestro país, pero también es labor de los publicistas hacer uso de su herramienta creativa para proponer soluciones duraderas que busquen generar modificaciones en el actuar de las personas a partir de la realización de estrategias y mensajes de bien público impactantes. Todo lo anterior partiendo de la idea que la lucha por el bienestar de la mujer es a la vez una lucha por el bienestar humano.

HOJA DE VIDA

MARCELA HENAO ALVAREZ
PSICÓLOGA Ψ

.....**DATOS PERSONALES**

Fecha de nacimiento : 21 agosto 1978
Cédula de ciudadanía : 52428415 de Bogotá
Dirección residencia : Cr 6# 46-76 apto 602
Teléfono : 3380103-2168100
Celular : 3108686796
E-Mail : mhenaito@yahoo.com.ar

.....**PERFIL PROFESIONAL**

Psicóloga de la Universidad Javeriana, con experiencia en investigación cualitativa y metodología etnográfica, experiencia en el Área Educativa, Teoría Vincular (desarrollo emocional de niños/as) y procesos de selección, capacitación y manejo de personal. Destrezas en elaboración de talleres, proyectos, entrevistas, análisis e interpretación de información y manejo de grupos.

.....**EXPERIENCIA LABORAL**

Enero 2003- Actualmente

COMISIÓN NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL

Psicóloga miembro del equipo técnico encargado de convocatorias, vigilancia y acompañamiento en concursos de carrera administrativa

Julio 2003- Actualmente:

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Docente “Cátedra de Cuerpo y Subjetividad”

Agosto 2005-Actualmente

Save The Children UK

Psicóloga Consultora Proyecto: ***“Prevención del Castigo Corporal, Humillante y Degradante”***

Labores: Formación por medio de talleres de 1000 agentes educativos en Bogotá y 9 municipios del país en el tema de la crianza positiva, Elaboración de línea base, Análisis de Información cuantitativa y cualitativa, Elaboración de Campaña para Caracol Radio “Con más amor te va mejor, educa sin pegar educa sin gritar”, psicóloga invitada a 4 programas de Colorin Coloradio, elaboración del marco teórico conceptual de la investigación.

Julio 2003- Noviembre 2004

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN RELACIONES VINCULARES:

“Contacto piel a piel, Sensibilidad Materna y Seguridad vincular en bebés canguro y madres adolescentes”

Coordinadora del trabajo de campo.

Labores: Formar estudiantes teórico y metodológicamente, Entrenar estudiantes en instrumentos y pruebas psicológicas, Planear y supervisar sesiones de hipoterapia con niños discapacitados y con dificultades motrices y cognitivas, Supervisar y orientar trabajo de campo en clínicas y hospitales, Realizar entrevistas de selección a estudiantes, elaborar informes de investigación para vicerrectoría y entidades cofinanciadoras.

Julio 2004- Noviembre 2004:

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Docente “Cátedra de Procesos Psicológicos”

Mayo-Junio 2003

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN “VIOLENCIA INTRAFAMILIAR”

Asistente de Investigación

Labores: Contactar Comisarías de Familia en Bogotá, realizar encuestas sociodemográficas y entrevistas a profundidad, Sistematizar y codificar información.

Abril-Mayo 2003

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN “CONCILIACIÓN EXTRAJUDICIAL EN DERECHO”

Asistente de Investigación

Labores: Realizar entrevistas y encuestas en notarias, juzgados, comisarías de familia e inspecciones de policía. Transcribir y codificar información

Enero-Marzo 2003

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN RELACIONES VINCULARES:

“Construcción de un modelo de intervención-prevención en las relaciones tempranas madre-hijo/a”

Asistente de Investigación,

Labores: Codificar información, Analizar datos y Elaborar informe analítico interpretativo

Febrero 2002-Julio 2002

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN RELACIONES VINCULARES:

“Construcción de un modelo de intervención-prevención en las relaciones tempranas madre-hijo/a”

Asistente de investigación;

Labores: Capturar muestra, ser responsable de 12 de las 50 familias del proyecto, Realizar visitas domiciliarias y llevar a cabo observación etnográfica, aplicar metodología Q, construir y realizar entrevistas a profundidad, analizar la información y Planear y ejecutar talleres.

Enero 2002

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

PROGRAMA DE INDUCCIÓN A CURSOS LIBRES EN LA FACULTAD DE CIENCIAS BÁSICAS.

Inductora;

Labores: Elaborar el programa de inducción, planear y ejecutar dinámicas socializadoras, orientar dinámicas autorreflexivas y de empoderamiento y coordinar el grupo.

.....**ESTUDIOS REALIZADOS**

2007-Actualmente

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIA POLITICA
MAESTRIA EN POLÍTICA SOCIAL**

1996-2002

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

Título Psicóloga

Elaboración de la tesis de grado: “Caracterización de la Discordia Marital, en sus Manifestaciones Físicas y Verbales y su Influencia en la Seguridad Vincular del Niño/a, en los Comportamientos de Sensibilidad Materna y de Establecimiento de Normas y Límites”

1989-1994 **COLEGIO CAFAM**

Bachiller

1984-1988 **COLEGIO NUEVO CAMPESTRE**

Primaria

.....**CURSOS DE ACTUALIZACIÓN**

Abril 2004-Actualmente

MIEMBRO FUNDADOR ADEPAC (Asociación para el Desarrollo de la Psicología Analítica en Colombia)

Marzo-Junio de 2004

UNIVERSIDAD JAVERIANA
Facultad de Filosofía
Programa de educación Continuada
Curso: Foucault: Algunas instrucciones de uso

Noviembre de 2003

Grupo de Estudios y Profundización en terapias Vinculares
Seminario Taller: Pareja, Familia, Grupos desde un enfoque vincular

Marzo-Abril de 2003

UNIVERSIDAD NACIONAL
Facultad de Ciencias Humanas
Programa de educación Continuada
Taller de: Evaluación Neuropsicológica,
Noviembre-Diciembre 2001

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
Facultad de Psicología
Semilleros de Investigación
Pertenece al grupo de estudio de “Pruebas psicológicas”. Pruebas Proyectivas y de Inteligencia.

Mayo de 2000

UNIVERSIDAD NACIONAL
Facultad de Ciencias Humanas
Programa de Educación Continuada
Asistente al simposio: “Cerebro, Arte y Creatividad”

.....**PUBLICACIONES**

Henao M (2005): “En Blanco y Negro” en Revista Blue, Abril 2005, Santote Editores
Henao M; Plata SJ (2004): “Madres modelo 2004” en Revista Conexión, Mayo 2004,
Santore Editores

.....**PARTICIPACIÓN EN EVENTOS**

Agosto 2003

VII Congreso: La investigación en la Pontificia Universidad Javeriana.

Expositora: “Caracterización y Asociación de dominios comportamentales específicos del cuidado materno y la Seguridad vincular del niño(a) en Bogotá”

Octubre 2003

**III Encuentro de Psicometría
Universidad Nacional de Colombia**

Expositora: Evaluación en desarrollo emocional, “la Metodología Q”.

Septiembre 2003

**III Encuentro de Investigadores en Ciencias del Comportamiento.
Universidad Nacional de Colombia**

Expositora: “Discordia Marital y vínculos afectivos en familias bogotanas”

.....**IDIOMAS**

Inglés: Enero-Junio 2004

Passport Institute; Nivel Superadvance

Junio 2004-Marzo 2005

Listening and speaking

.....**ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES**

1994-Actualmente

Estudios en Danza Contemporánea y Jazz

Pontificia Universidad Javeriana -
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social - Coordinación de Trabajos de Grado

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

- Único Formato aceptado por la Facultad -

Profesor Proyecto Profesional II: _____
Fecha: _____ Calificación: _____
Asesor Propuesto: _____
Tel.: _____ Fecha: _____
Coordinación Trabajos de Grado: _____
Fecha inscripción del Proyecto: _____

I. DATOS GENERALES

Estudiante: Betsy Lorena Ninco Cortés

Campo Profesional: Publicidad y editorial

Fecha de Presentación del Proyecto: 27 de noviembre de 2006

Tipo de Trabajo:

Teórico: **Sistematización de Experiencia:** **Producción:**

Profesor de Proyecto Profesional II: Juan Consuegra

Asesor Propuesto: Marcela Henáo

Título Propuesto: (Provisional, corto, creativo, con subtítulo explicativo)

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, UNA MIRADA DIFERENTE

II. INFORMACIÓN BÁSICA

A. *PROBLEMA*

1. **¿Cuál es el problema? ¿Qué aspecto de la realidad considera que merece investigarse?**

Inexistencia de campañas publicitarias, que permanezcan en el tiempo, en los medios masivos de comunicación para promover la denuncia de las mujeres víctimas de la violencia física.

¿Por qué es importante investigar ese problema?

- Porque el maltrato físico contra las mujeres, NO puede convertirse en un común denominador en las familias colombianas, ni mucho menos en una conducta cotidiana y normal.
- Porque el NO denunciar el maltrato físico contra la mujer incide contundentemente en el desarrollo integral de la misma mujer, de las familias, del país y del futuro.
- Porque la situación del maltrato físico contra la mujer no da espera y diariamente se presentan casos en Colombia, que se quedan en el interior de los hogares, sin denunciarlos.
- Porque es necesario generar una publicidad de bien público que promueva el respeto hacia la mujer y sus derechos de manera permanente para que sea efectiva y genere recordación.
- Porque la publicidad de bien público en pro del bienestar de la mujer se realiza durante un periodo de tiempo tan corto que el mensaje se aísla y no genera suficiente recordación.
- Porque los medios de comunicación deben proponer medidas sociales, como la publicidad de bien público que logre irradiar valores y mejorar temas coyunturales, como lo es este del maltrato físico contra las mujeres.
- Porque los medios masivos de comunicación no sólo deben convertirse en canales de difusión y exposición de problemáticas sociales sino también en instrumentos de

solución y reparación social, y una forma de lograrlo es por medio de la publicidad efectiva.

- Porque una buena publicidad de bien público, bien enfocada y que parta de una incansable investigación puede llevar a una acción de denuncia por parte de las mujeres maltratadas físicamente en sus hogares.

2. ¿Qué se va investigar específicamente?

Se va a investigar la problemática del maltrato físico hacia la mujer en el ámbito del hogar y sus impedimentos para denunciar.

Se trabajará con textos especializados, de psicología y salud; con documentos electrónicos; boletines de prensa; noticias de periódicos, revistas, magazines, organizaciones para el desarrollo de la mujer; entrevistas a especialistas, a mujeres víctimas del maltrato; artículos de Internet, decretos de organizaciones sin ánimo de lucro; comerciales, cuñas radiales, afiches, entre otros.

Entidades como El Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y La Política Pública de Mujer y Géneros de la Alcaldía Mayor de Bogotá, entre otros, servirán como fuentes de autoridad para la elaboración de la investigación.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General:

- Generar una propuesta de campaña publicitaria de bien público que promueva las denuncias de las mujeres víctimas del maltrato físico en sus hogares.

2. Objetivos Específicos (Particulares):

- Establecer los motivos que desencadenan la violencia intrafamiliar donde la mujer se convierte en víctima del maltrato.
- Conocer los caminos jurídicos en Colombia que debe afrontar una mujer maltratada físicamente.
- Conocer las funciones de la publicidad de bien público en la solución de problemáticas sociales.
- Proponer una campaña de bien público que promueva la denuncia de las mujeres víctimas del maltrato físico en sus hogares.

III. FUNDAMENTACIÓN Y METODOLOGÍA

A. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. ¿Qué se ha investigado sobre el tema?

A partir de la exploración bibliográfica que se ha efectuado se puede afirmar que en el tema de violencia contra la mujer, existe investigación y material bibliográfico relacionado con los derechos de la mujer, los tipos de violencia contra la mujer, la violencia en la intimidad, la violencia intrafamiliar, la violencia de género, entre otros. Igualmente, del tema de publicidad, también se ha encontrado información acerca de la función pedagógica de la publicidad, su influencia social y su relación con la sociedad. En el caso específico de publicidad de bien público dirigido al tema de violencia contra la mujer, existen varios ejemplos que se han llevado a cabo por diferentes instituciones públicas, y organizaciones privadas.

2. ¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará?

La primera extensión temática abarca la definición de violencia contra la mujer para lo cual se pretende abordar como tópicos de investigación: la violencia de género, la violencia intrafamiliar, los tipos de violencia contra la mujer, los derechos de la mujer, los caminos jurídicos en Colombia contra el maltrato hacia las mujeres, la denuncia como mecanismo de acción frente al maltrato, entre otros. Una segunda extensión se refiere a la publicidad como modificadora de conductas y a la responsabilidad social de la publicidad, las dos inmersas en el concepto de publicidad de bien público. Finalmente se trata una tercera extensión que se refiere a la relación entre publicidad y maltrato contra la mujer, donde se encuentra la estrategia de comunicación y propuesta de campaña.

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

A los efectos de la presente Declaración, por "violencia contra la mujer" se entiende todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada. (Organización de las Naciones Unidas, (1994), *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*)

Reconociendo que la violencia contra la mujer constituye una manifestación de relaciones de poder históricamente desiguales entre el hombre y la mujer, que han conducido a la dominación de la mujer y a la discriminación en su contra por parte del hombre e impedido el adelanto pleno de la mujer, y que la violencia contra la mujer es uno de los mecanismos sociales fundamentales por los que se fuerza a la mujer a una situación de subordinación respecto del hombre.(Organización de las Naciones Unidas, (1994), *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*)

VIOLENCIA EN LA FAMILIA

El término *violencia familiar* alude a todas las formas de abuso que tienen lugar en las relaciones entre los miembros de una familia. Se denomina relación de abuso aquella forma de interacción que, enmarcada en un contexto de desequilibrio de poder, incluye conductas de una de las partes que, por acción o por omisión, ocasionan daño físico y/o psicológico a otro miembro de la relación. Cuando hablamos de violencia familiar nos referimos pues, a las distintas formas de relación abusiva que caracterizan de modo permanente o cíclico el vínculo familiar. (Corsi, 1994, p.30-31)

VIOLENCIA DE GÉNERO

Todo acto o amenaza de violencia que tenga como consecuencia, o tenga posibilidades de tener como consecuencia, perjuicio y/o sufrimiento en la salud física, sexual o psicológica de la mujer. (Organización de las Naciones Unidas, (1992), *Consejo económico y social*.)

La violencia basada en el género (VBG) es uno de los abusos contra los derechos humanos y uno de los problemas de salud pública más difundidos en el mundo actual, que afecta a una de cada tres mujeres. Es también una manifestación extrema de la desigualdad relacionada con el género, impuesta a las mujeres y a las niñas a causa de su posición subordinada dentro de la sociedad. Las consecuencias de la VBG a menudo son devastadoras y prolongadas y afectan la salud física y el bienestar mental de las mujeres y niñas. Al mismo tiempo, sus repercusiones ponen en peligro el desarrollo social de otros niños en la familia, de la familia como unidad, de las comunidades donde viven las personas afectadas y de la sociedad en general. (García, 2000, p. 6)

VIOLENCIA CONYUGAL

Incluye las situaciones de abuso que se producen en forma cíclica y con intensidad creciente entre miembros la pareja conyugal. El 2% de los casos corresponde a abuso hacia el hombre, el 75% de los casos corresponde a maltrato hacia la mujer y el 23% restante son los casos de violencia recíproca o cruzada.

La violencia conyugal es una problemática tan extendida como oculta. Existen muchas razones por las cuales tanto la víctima como el victimario intentan disimular y ocultar la situación de maltrato. Es por eso que sólo cuando la violencia provoca graves daños físicos o psíquicos, el fenómeno se vuelve visible para los demás.

VIOLENCIA FÍSICA

“Incluye una escala que puede comenzar con un pellizco y continuar con empujones, bofetadas, puñetazos, patadas, torceduras, pudiendo llegar a provocar abortos, lesiones internas, desfiguraciones, hasta el homicidio” (Corsi, 1994, p.35).

B. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

1. ¿Cómo va a realizar la investigación?

La metodología será básica de tipo experimental.

Las técnicas de recolección de información serán:

- Lectura de textos especializados
- Participación de jornadas sociales
- Entrevistas estructuradas
- Observación personal
- Análisis de documentos
- Medios impresos, Internet, grabaciones de audio y video

2. ¿Qué actividades desarrollará y en qué secuencia?

1. Recolección: tiempo aproximado 2 meses

- Recopilar información y conceptos relacionados con la violencia hacia la mujer, en libros especializados, artículos de periódicos, revistas, boletines, estudios, entre otros.
- Recolectar información acerca del caso más reciente de maltrato contra la mujer en Colombia, el de Lisset Ochoa y descubrir por qué su caso tuvo tanto revuelo en los medios de comunicación del país.
- Ir al Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, (ACNUR) y conseguir hablar con el encargado de casos coyunturales como el maltrato a la mujer y lograr tener estadísticas y cifras en Colombia.
- Ir a Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) y empaparme de todo lo que encierra la Campaña de la eliminación de la violencia contra la mujer que se lleva a cabo desde el 25 de noviembre hasta mediados de diciembre.
- Ir a UNIFEM y entrevistarme con Margarita Pallares, la encargada de la campaña de la eliminación de la violencia contra la mujer.

- Ir a centros de ayuda a las mujeres víctimas del maltrato en Bogotá y conseguir entrevistas con mujeres que han sido violentadas y lograr cifras de las mujeres que cada año llegan buscando ayuda. También descubrir la forma en que las mujeres llegan o conocen de estos centros para empezar a diseñar un mecanismo eficiente de denuncia.
- Hablar con un psicólogo especializado en la materia que me de pautas para hablarle a este tipo de mujeres que han sido maltratadas.
- Ir a las agencias de publicidad que han manejado este tipo de cuentas y lograr entrevistar al creativo para entender la visión que tienen de este problema.
- Entrevistar a Hernán Salamanca, de la agencia REP/GRAY, experto en el tema de publicidad de bien público.
- Entrevistar a Raquel Sofía Amaya, de la agencia RSA Producciones, experta en el tema de publicidad encaminada a la protección de los derechos de las mujeres.

2. Acciones: tiempo aproximado 1 mes

- Encontrar y analizar una campaña de bien público en contra del maltrato hacia la mujer que haya sido la más exitosa en Colombia.
- Armar y diseñar la propuesta de campaña que voy a presentar para fomentar la denuncia de las mujeres víctimas del maltrato físico en su hogar.
- Diseñar una propuesta de un mecanismo eficiente y eficaz para que las mujeres víctimas del maltrato puedan denunciar y ser atendidas.

DISEÑO METODOLÓGICO DEL PROYECTO

PRIMERA PARTE

Revisión bibliográfica y recolección de información

Resumen y selección del material para analizar

Realización primer informe de investigación

SEGUNDA PARTE

Planteamiento del problema y su justificación

Planteamiento de los objetivos y resultados esperados

Realización de la fundamentación teórica

Realización de la fundamentación metodológica

TERCERA PARTE

Trabajo de campo/ recolección de información

Selección de la información

Realización segundo informe de investigación

CUARTA PARTE

Primer capítulo

Segundo capítulo

Tercer capítulo

Cuarto capítulo

Quinto capítulo

QUINTA PARTE

Conclusiones

SEXTA PARTE

Realización de Estrategia Creativa
 Desarrollo creativo
 Realización presentación de campaña

SÉPTIMA PARTE

Presentación de proyecto
 Realización de correcciones

OCTAVA PARTE

Sustentación

CRONOGRAMA

ETAPA	ACTIVIDAD	FECHA
Primera Etapa	Revisión bibliográfica y recolección de información	24 de feb.
	Resumen y selección del material para analizar	30 de feb.
	Realización primer informe de investigación	3 de mar.
Segunda Etapa	Planteamiento del problema y su justificación	10 de mar.
	Planteamiento de los objetivos y resultados esperados	14 de mar.
	Realización de la fundamentación teórica	20 de mar.
	Realización de la fundamentación metodológica	26 de mar.
Tercera Etapa	Trabajo de campo y recolección de información	3 de abr.
	Selección de la información	10 de abr.
	Realización segundo informe de investigación	14 de abr.
Cuarta Etapa	Primer capítulo	16 de abr.
	Segundo capítulo	2 de may.
	Tercer capítulo	24 de may.
	Cuarto capítulo	28 de may.
	Quinto capítulo	30 de may.
Quinta Etapa	Conclusiones	5 de jun.
Sexta Etapa	Realización de Estrategia Creativa	10 de jun.
	Desarrollo creativo	12 de jun.
	Realización presentación de campaña	15 de jun.
Séptima Etapa	Presentación de proyecto	30 de jul.
	Realización de correcciones	
Octava Etapa	Sustentación	

3. Bibliografía básica

- Almeras, D. *et al.* (2002), “Violencia contra la mujer en relación de pareja: América Latina y el caribe, una propuesta para medir su magnitud y evolución”, “[en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/10631/lcl1744e.pdf>, recuperado el 18 de noviembre de 2006 .
- Amezquita, J. (1978, abril), “Responsabilidades y derechos de la mujer en la familia”, en Revista Javeriana, Vol. 89, núm. 443, pp. 263-266.
- Amorós, C. (1994), *Feminismo: Igualdad y diferencia*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Amnistía Internacional (2001). *Crímenes de odio, conspiración de silencio. Tortura y malos tratos basados en la identidad sexual*.
- Aspillaga, C. (1990), *Capacidad educativa de la publicidad*, Perú, Publicaciones Universidad de Piura, Piura, p. 38 y 173-175.
- Bautista, E. *10 palabras claves sobre la violencia de género*, (2004), Madrid, Verbo Divino.
- Berlo, D. (1977). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo, p. 60
- Binstock, H. (1998), “Hacia la igualdad de la mujer. Avances legales desde la aprobación de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/2/4342/lcl1126e.pdf>, recuperado el 18 de noviembre de 2006.
- Binstock, H. (1998), “Violencia en pareja, tratamiento legal, evolución y balance”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/4341/lcl1123e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Booth, C; Darke, J; Yeandle, S. (1998) *La vida de las mujeres en las ciudades. La ciudad, un espacio para el cambio*. Madrid: Nárcea Ediciones. p.77-95.
- Cáceres, J. (2004, diciembre), “Sobre la violencia doméstica: Tres aspectos a clarificar”, en Pensamiento Psicológico, núm. 3, pp. 9-24.
- Caro, A. (1994). *La publicidad que vivimos*. Madrid, Eresma,
- Centro de prensa, Comisión económica para América Latina y el Caribe (2006, 25 de noviembre), “Día internacional de la eliminación de la violencia contra la

mujer”, [en línea], disponible en <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/5/27405/P27405.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xsl>, recuperado el 25 de noviembre de 2006.

- Cook, R. (1997), *Derechos Humanos de la mujer. Perspectivas nacionales e internacionales*, Bogotá, Profamilia.
- Corporación Casa de la mujer. (1988), *Violencia en la intimidad*, Bogotá, Editorial Gente Nueva.
- Corsi, J. (comp.), (1994), *Violencia familiar. Una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social*, Buenos Aires, Paidós.
- Chias, J. (1995). *Marketing Público. Por un gobierno y una administración al servicio del público*. Madrid: Editorial Mc.Graw Hill.
- De Beavori, S. (1981), *El segundo sexo*, Buenos Aires, Siglo XX.
- De Zubiría, J. (2000) *Los modelos pedagógicos. Tratado de pedagogía conceptual 4*, Bogotá: Fundación Alberto Merani, Fondo de publicaciones Bernardo Herrera Merino.
- Díaz, R. (1997), *Psicología del mexicano; Descubrimiento de la etnopsicología*. México, Trillas.
- Engel S. (2003). *Rights Talk and the Experience of Law: Implementing Women's Human Rights to Protection from Violence*, Human Rights
- Fernández, A y Giraldo, C. (2006). *Proyecto de “ampliación del observatorio de violencia y delincuencia” Subdirección de convivencia y libertad ciudadana*. Bogotá, Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Gobierno.
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), (2003). *Not a minute more: Ending violence against women*
- Gálves, T. (1999), “Indicadores de género para el seguimiento y la evaluación del programa de acción regional para las mujeres de América Latina y el Caribe, 1995-2001 y la plataforma de acción de Beijing”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/4334/lcl1186e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- García, C. (2000), *Violencia contra la mujer. Género y equidad en la salud*, Organización Panamericana de la salud-Harvard Center for population and development studies.

- Gonzalez M. (1994). *Curso de publicidad*. Madrid, Eresma & Celeste Ediciones.
- Godoy, L. (2004), “Entender la pobreza desde la perspectiva de género”, [en línea], disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/14795/lcl2063e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Harris, O y Young, K. (1979). *Antropología y feminismo*, Barcelona, Anagrama.
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses (2005). “Violencia Intrafamiliar” [en línea], disponible en http://archivos.medicinalegal.gov.co/paginaneuz_crnv/forensis1.htm, recuperado el 24 de mayo, de 2006.
- Kelly, L. (1999), *La violencia contra las mujeres. Un documento informativo sobre cuestiones y respuestas internacionales*, Reino Unido, British Council.
- Leiss, W, Kline, S. y Jhally, Sut. (1997). *Publicidad, consumidores y cultura*, citado en CROWLEY, David y HEYER, Paul. *La comunicación en la historia*. Barcelona. Bosh Casa Editorial S.A.
- Lomas, C. (1996). *El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria*. Barcelona, Ediciones Octaedro, p. 27.
- Martinez, M. (1992) El spot publicitario y el sueño. Análisis de un mecanismo psicológico y social. En: Revista Telos, No 28, marzo- mayo
- Moline, M. (2000) *La fuerza de la publicidad*. Madrid, Editorial Mc Graw Hill,.
- Moncayo, C. (1993, noviembre-diciembre), “No a la violencia contra la mujer”, en *Su defensor*, núm. 4.
- Morin, E. y Ferrer, E. (1983). *Publicidad: una controversia*. México, Ediciones Eufe S.A.,
- Muñoz, Y. (2001). *El mercadeo social en Colombia*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Organización Mundial de la Salud (2002). *Primer Informe Mundial sobre Violencia y Salud*. Washington.
- Organización Panamericana de la Salud (2004). *Modelo de Leyes y políticas sobre violencia intrafamiliar contra las mujeres*, Washington.

- Ortner, S. (1979). “¿Es la mujer con respecto al hombre, lo que la naturaleza con respecto a la cultura” en Harris, O y Young, K. (comps.), *Antropología y feminismo*, Barcelona, Anagrama.
- Pérez Tornero, J. *Las claves de la publicidad*. En: Rodríguez Illera, J (1988), *Educación y Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona.
- Red Nacional de mujeres (2005), *Violencias Cruzadas. Informe derechos de las mujeres. Colombia, 2005*. Bogotá, Corporación Humanizar.
- Republica de Colombia. Conserjería Presidencial para la política social. Política Nacional de Construcción de Paz y Convivencia Familiar. Haz Paz.
- Rico, N, (1996), “Violencia de Género: Un problema de derechos humanos”, [en línea], disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/4345/lc1957e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Rúa, C. *et al*, (2000), *Prevención y atención de la violencia intrafamiliar*, Medellín, Graficas Ltda.
- Saborido, M. (1999), “Ciudad y relaciones de género”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/4965/ddr5e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Toledo, A. (2002, junio-julio), “Reflexiones en torno a la ley sobre la violencia contra la mujer y la familia con especial referencia a sus aspectos procesales”, en *Universitas Ciencias Jurídicas y Socioeconómicas*, núm. 103, pp. 221-259.
- Turbay, C. y Rico, A. (1994), *Contruyendo identidades: niñas, jóvenes y mujeres en Colombia*, Santa fe de Bogota, Gente Nueva Editorial.
- Velzeboer, M. *et al*. (2003), *La violencia contra las mujeres: responde el sector de la salud*, Washington, D.C., Organización Panamericana de la salud.
- Zimabalist, R. (1979), “Mujer, cultura y sociedad. Una visión teórica”, en Harry, O. y Young, K. (comps.), *Antropología y feminismo*, Barcelona, Anagrama, pp.165-178.
- Vera, J. (1998) *Educación social e impacto educativo de los medios persuasivos: publicidad y propaganda*. En: Revista de Educación, N° 316, Mayo- Agosto, Centro de Publicaciones del Ministerio de educación y Cultura, España, , p. 201

*“Hay mujeres que lo viven y lo esconden
Y que sufren en silencio porque nadie les responde
Y quién lo iba a decir que lo que tanto quería
Terminaría algún día arrancándole la vida.*

*Y a pesar del ruido de los golpes y los gritos
Saldría de nuevo absuelto por falta de testigos
Y prometen y aseguran que no volverá a pasar
Pero cuanto han mentido, hasta cuando mentirán.*

*Hay un extraño aquí en mi casa
No es el mismo que yo ame
Es otro loco que anda suelto
Y ya me veo mañana en primera plana.*

*Si no fuera por el miedo
Que me metes en el cuerpo
Me lo cayo me lo trago
Que aun te quiero bueno y sano” (De Vita, 2004).*

A todas aquellas mujeres que alguna vez se sintieron solas y desprotegidas, golpeadas y humilladas, pero que gracias a su fortaleza recuperaron su dignidad y felicidad.

Y a mi familia, por su inagotable fe en mi, dedico este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	Pág.
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
JUSTIFICACIÓN	
1. CAPÍTULO I: LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, UN GOLPE A LA DIGNIDAD FEMENINA.....	7
1.1. Qué es la violencia.....	7
1.2. Qué es la violencia de género.....	9
1.3. Qué Es La Violencia Contra La Mujer.....	12
1.4. Raíces de la opresión contra la mujer.....	13
1.4.1. Actividades invisibles de las mujeres.....	16
1.5. Violencia Intrafamiliar.....	18
1.5.1. La casa como espacio de violencia.....	22
1.5.2. Factores explicativos de la violencia intrafamiliar.....	25
1.5.2.1 El machismo.....	25
1.6. Violencia conyugal.....	27
1.7. Tipos De Violencia Contra La Mujer.....	28
1.7.1. Violencia física.....	28
1.7.2. Violencia psicológica.....	29
1.7.3. Violencia sexual.....	29
1.7.4. El feminicidio.....	30
1.8. Estadísticas del sector de la salud.....	30
1.9. Declaración de los derechos de la mujer.....	34
1.10. El deber del estado en la protección de los derechos de la mujer.....	36

1.10.1. Caminos jurídicos en Colombia sobre la violencia contra la mujer.....	39
1.10.2. La denuncia de los hechos.....	42
2. CAPÍTULO II: LA PUBLICIDAD, UNA HERRAMIENTA QUE TRASCIENDE LO COMERCIAL.....	46
2.1. La influencia social de la publicidad.....	46
2.2. La función educativa de la publicidad.....	49
2.3. El papel de la publicidad en la satisfacción de necesidades sociales.....	52
3. CAPITULO III: LA PUBLICIDAD DE BIEN PÚBLICO, UNA VENTANA AL CAMBIO SOCIAL.....	55
3.1. Publicidad y Bien Público: Hacia la búsqueda del bienestar social.....	55
3.2. ¿Qué es la Publicidad de Bien Público?.....	58
3.2.1. Principales características de la Publicidad de Bien Público.....	61
3.2.2. Ejemplo de publicidad de bien público en Bogotá: <i>Campaña “NO TE CALLES NI EN LA CASA NI EN LA CALLE como parte de la campaña internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer: 16 días de activismo contra la violencia hacia las mujeres.”</i>	63
4. CAPITULO IV: LA PROPUESTA, UNA MIRADA DIFERENTE DEL PROBLEMA.....	65
4.1. Revisión de fuentes secundarias.....	65
4.1.1. Tendencias.....	70
4.2. Público Objetivo.....	72
4.2.1. Factores geográficos.....	73

4.2.2.	Factores demográficos.....	73
4.2.3.	Factores psicográficos.....	73
4.2.4.	Factores conductuales.....	74
4.3.	Objetivo general de la estrategia de comunicación.....	75
4.4.	Objetivos específicos.....	75
4.5.	Ruta Crítica.....	75
4.6.	Ejes temáticos.....	81
4.7.	Planteamiento de acciones comunicacionales.....	81
4.8.	Modos y medios.....	81
4.8.1.	Informativos.....	82
4.8.2.	Educativos.....	82
4.8.3.	Comunicacionales.....	82
4.9.	Desarrollo creativo de la campaña de bien público.....	82
4.9.1.	Argumentos racionales y emotivos.....	82
4.9.2.	Concepto de la campaña.....	83
4.9.3.	Estrategia de medios.....	83
4.9.3.1	Medios convencionales.....	83
4.9.4.	Tono de la comunicación.....	84
4.9.5.	Piezas publicitarias.....	84
5.	CAPITULO V: COSTOS.....	90
5.1.	Costos de los materiales e impresiones.....	90
6.	CONCLUSIONES.....	91

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Organización de las Naciones Unidas (ONU).....	98
Anexo 2. Declaración sobre la eliminación de la discriminación contra la mujer. Organización de las Naciones Unidas (ONU).....	104
Anexo 3. Ley 248 de 1995. Código de Procedimiento Civil.....	109
Anexo 4. Ley 575 de 2000. Código de Procedimiento Civil.....	118
Anexo 5. Ley 882 de 2004. Código de Procedimiento Civil.....	124
Anexo 6. Diseño de primer afiche. Estrategia Denuncia.....	126
Anexo 7. Diseño de segundo afiche. Estrategia Denuncia.....	127
Anexo 8. Diseño de tercer afiche. Estrategia Denuncia.....	128
Anexo 9. Diseño de brochure. Estrategia Denuncia.....	129
Anexo 10. Diseños de free card. Estrategia Denuncia.....	131

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura No.1. - Plegable de la campaña Alerta Rojo, Violeta Vive.....	75
Figura No. 2. - Logotipo de la campaña Lazo Blanco.....	77
Figura No. 3. - Afiche implementado para la campaña Lazo Blanco en Brasil.....	77
Figura No. 4. - Afiche incentivando el uso de las camisetas insignia de la campaña Lazo Blanco en Brasil.....	77
Figura No. 5. - BTL de la campaña Encuentre el rostro de la violación.....	78

INTRODUCCIÓN

La violencia es tal vez el más importante problema social de Colombia: involucra a todos los grupos sociales y afecta todas las dimensiones de la vida. La familia en Colombia tiene un perfil amplio, caracterizado por un conjunto de relaciones mediadas por lazos consanguíneos, cuyas formas son múltiples y cambiantes; un escenario cotidiano de afectos, poder, pasiones, intereses y diferencia. Es decir: un campo de conflictos.

La conyugal es una de las violencias de frecuente ocurrencia, difícil de ver, de medir, de evidenciar, porque sucede día tras día en el ámbito de lo privado. Y no llega a reportarse en toda su magnitud en las instancias del sistema de información como en comisarías de familia, medicina legal, inspecciones de policía, entre otras.

La violencia contra la mujer, sustentada en el mito de la inferioridad de su sexo, ha sido parte de las relaciones sociales y domésticas entre hombres y mujeres desde tiempo inmemorial, al punto de concebirse como un modo de comportamiento natural. Frente a esto se reacciona con una generalizada indiferencia, bajo la concepción de que se trata de un problema privado cuya solución les compete a los implicados. Se da así una complicidad social e inoperancia de los mecanismos de protección del Estado. Tal abuso queda en la impunidad.

El objeto de este trabajo es llamar la atención de la sociedad frente a este tema coyuntural. El maltrato hacia la mujer constituye un gran flagelo para las familias colombianas, ya que es ella, madre y esposa, quien recibe calladamente todos estos abusos. La ausencia de algún mecanismo de motivación que la haga a hacer valer sus derechos es el punto neurálgico que presenta el maltrato contra la mujer como uno de esos temas invisibles del que se gestan un gran número de problemas sociales.

Esta investigación va a sustentarse en la mirada de autores como Diane Alméras, con su obra “Violencia contra la mujer en relación de pareja: América Latina y el Caribe: una propuesta para medir su magnitud y evolución”. Con Marijke Velzeboer con su texto “La violencia contra las mujeres: responde el sector de la salud”. Con Rocío Ribero con su obra “Violencia en las familias colombianas: causas y efectos: informe final”, entre otros autores.

También se utilizarán recursos como encuestas y datos de las entidades públicas como Profamilia, el Dane, el Ministerio de Salud....

La motivación para tratar este tema se centra en la poca existencia de mecanismos que promuevan la denuncia de este problema la concientización social sobre éste. Al ser los medios de comunicación un arma tan eficaz en su labor de transmitir contenidos e información, propongo una campaña publicitaria de bien público que saque definitivamente el maltrato a la mujer de su invisibilidad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Inexistencia de campañas publicitarias, que permanezcan en el tiempo, en los medios masivos de comunicación que promuevan la denuncia de las mujeres víctimas de la violencia física.

Las normas y los valores relacionados con el género (masculino o femenino) que sitúan a la mujer en una posición subordinada con respecto al hombre, mantienen y refuerzan la violencia doméstica contra ella. Esto sucede en todas las clases sociales, religiones y niveles educativos.

La NO denuncia por parte de las mujeres maltratadas de este tipo de acontecimientos violentos de los que son víctimas, es una razón por la cual se acrecienta el número de maltratadas y convierte a este fenómeno en uno natural y sin casi invisible. La publicidad como arma de construcción de identidades y de estilos de vida no ha sido enfática a la hora de tratar este tipo de problema social; se ha limitado a exponer el caso de la violencia contra la mujer, pero no ha sido lo suficientemente constante en el tiempo como para generar un repudio y una cultura de la NO violencia en contra de las mujeres de manera masiva.

El cambiar un tipo de cultura “violento” del que se ha venido hablando desde hace tantos años es una labor que requiere permanente visibilidad y control por parte de los medios, y

en este caso específico de la publicidad. La publicidad puede convertirse en ese espacio donde la violencia contra la mujer no sólo se ponga en evidencia sino que sirva de plataforma para educar y provocar reacciones positivas que terminen en modificación de actitudes de la comunidad entera frente a esta problemática. Logrando con esto no solo darle vueltas al tema de la violencia contra la mujer sino también generar soluciones eficaces que generen algún tipo de cambio beneficioso.

JUSTIFICACIÓN

La violencia contra la mujer es el abuso más generalizado de los derechos humanos, pero el menos reconocido. También es un serio problema que consume su energía, que compromete su salud física y socava su amor propio. Pese a las graves consecuencias que genera, casi todas las sociedades del mundo tienen instituciones que legitiman, opacan y niegan el abuso.

La violencia contra la mujer es diferente de la violencia interpersonal en general. Los actos violentos contra los hombres, por ejemplo, difieren habitualmente de los dirigidos contra las mujeres. Ellos tienden más que las mujeres a ser víctimas de un extraño o de un conocido ocasional. Es más probable, en cambio, es que ellas sean víctimas de un familiar o de la pareja íntima. El hecho de que estén emocionalmente involucradas con los que las maltratan y sean económicamente dependientes de ellos, tiene profundas consecuencias sobre la manera en que experimentan la violencia.

La expresión "violencia contra la mujer" se refiere a muchos tipos de comportamiento perjudiciales para las mujeres. En 1993 las Naciones Unidas ofrecieron la primera definición oficial cuando la Asamblea General aprobó la "Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer". De acuerdo con el artículo 1, la violencia contra la mujer incluye: "Todo acto de violencia basado en el género que resulte, o tenga probabilidad de resultar, en daño físico, sexual o psicológico o sufrimiento de la mujer, e inclusive la amenaza de cometer esos actos, la coerción y la privación arbitraria de la libertad, sea que ocurran en la vida pública o en la vida privada". El artículo 2 de la Declaración de las Naciones Unidas pone en claro que la definición de violencia contra la mujer deberá abarcar los actos de violencia física, sexual y

psicológica en la familia y la comunidad, pero no limitarse a ellos. En estos actos están incluidos la agresión física marital, el abuso sexual de las niñas, la violencia por causa de la dote, la violación, incluida la violación en el matrimonio, y las prácticas tradicionales perjudiciales para la mujer, como la mutilación genital de la mujer. También están incluidos la violencia no marital, el acoso y la intimidación sexual en el trabajo y en la escuela, el tráfico de mujeres, la prostitución forzada y la violencia perpetrada o tolerada por el Estado, como la violación en tiempo de guerra. La violencia contra las mujeres generalmente se la conoce como aquella "basada en el género" por desarrollarse en parte a raíz de su condición subordinada en la sociedad.

Una de las formas más comunes de violencia es el abuso por parte de sus compañeros íntimos. Éste puede adoptar una variedad de formas, incluido el maltrato físico: golpes, bofetadas, puntapiés y palizas. Suele estar incluido también el comportamiento de control, tendiente a aislar a la mujer de su familia y amigos, vigilar sus movimientos y restringir su acceso a los recursos, como se explicará detenidamente en el apartado "Tipos de violencia", en el presente trabajo.

Si bien la violencia familiar tiene lugar en todos los grupos socioeconómicos, los estudios realizados por organizaciones como Profamilia, encuentran que las mujeres que viven en la pobreza tienen más probabilidad de experimentar actos de violencia que las de condición socioeconómica más alta. La condición socioeconómica inferior probablemente refleje una variedad de factores que, combinados, contribuyen a aumentar la probabilidad de que un hombre determinado en un ambiente determinado actúe violentamente contra una mujer.

La justificación de la violencia se deriva por lo común de las normas relativas al género, o sea, las normas sociales sobre el papel y los deberes apropiados del hombre y la mujer. Por lo general, ellos tienen relativa autonomía siempre que sostengan económicamente a la familia. De las mujeres se espera que se ocupen de la casa y cuiden a los hijos y que demuestren obediencia y respeto al marido. Si el hombre percibe que de alguna manera su esposa no actúa ajustadamente a su papel, que va más allá de los límites establecidos o desafía los privilegios del marido, éste puede entonces reaccionar violentamente.

Mundialmente, los estudios realizados por el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, UNIFEM, identifican una lista constante de sucesos tachados de "desencadenar" violencia. En ellos están incluidos los siguientes: no obedecer al marido, contestarle de mal modo, no tener la comida preparada a tiempo, no ocuparse debidamente de los hijos o la casa, hacerle preguntas sobre el dinero o sobre las presuntas amigas, ir a alguna parte sin su permiso, negarse a tener relaciones sexuales con él, o expresarle su sospecha de que no le es fiel. Todas estas formas de comportarse constituyen una trasgresión de las normas relativas al género.

Espacios como la publicidad han empezado a comprender que tienen que desempeñar un papel clave en la tarea de abordar la violencia, no sólo ayudando a las víctimas, sino también previniendo el abuso. A medida que se conoce mejor el alcance de la violencia basada en el género y las razones subyacentes, mayor es el número de programas que encuentran distintas maneras de abordarla. La poca permanencia en el tiempo de este tipo de publicidad de bien público es la gran falencia para afrontar un problema que no da espera y que se presenta día tras día.

Desde que la publicidad empezó con su trabajo de canalizar y presentar al televidente una serie de problemas sociales neurálgicos en nuestra sociedad, se ha convertido en un arma tan eficaz a la hora de transmitir mensajes, que el tema de la violencia contra la mujer no se ha dejado de lado. Campañas ha habido muchas, como las de Profamilia, la Comisión Nacional de Televisión...; pero definitivamente tienden a perderse en la memoria de las personas y en el tiempo. El punto clave por transmitir en este tipo de publicidad de bien público es que las mujeres maltratadas físicamente o de cualquier forma salgan de su anonimato y denuncien.

Es muy difícil lograr que una mujer tome ese tipo de decisión cuando su respuesta al abuso suele verse limitada por las opciones a su alcance. Las mujeres, en la Encuesta Nacional de Demografía y Salud de Profamilia, citan constantemente razones parecidas para permanecer en relaciones abusivas: temor de represalias, preocupación por los hijos, dependencia económica, falta de apoyo de la familia y los amigos, y la constante esperanza de que "él cambie". Al mismo tiempo, la negación y el miedo al rechazo social muchas veces impiden que acuda en busca de ayuda. Además, esta encuesta arrojó que el tiempo medio que las mujeres permanecen en una relación violenta es de cinco años. El proceso comprende por lo común períodos de negación, autoculpabilidad y aguante antes de que ella reconozca que el abuso es una

modalidad de violencia y se identifique con otras mujeres en la misma situación. Este es el comienzo de la ruptura y la recuperación.

1. CAPÍTULO I: LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER, UN GOLPE A LA DIGNIDAD FEMENINA

1.1. Qué es la violencia

Para abordar el tema de violencia contra la mujer, es necesario establecer una serie de conceptos clave o puntos de partida comunes. Entender qué es la violencia, cuáles son sus causas, consecuencias y categorías, son aspectos indispensables para constituir una mirada general de partida para abordar esta problemática.

Para comenzar, me parece conveniente hablar de la raíz etimológica del término violencia; este remite al concepto de “fuerza”. Este sustantivo se relaciona con verbos tales como “violentar”, “violar” y “forzar”. A partir de esta primera aproximación semántica, podemos decir que la violencia implica siempre el uso de la fuerza para producir un daño.

Es por lo anterior, que en sus múltiples manifestaciones, la violencia siempre es una forma de ejercicio del poder (lo desarrollaremos más adelante cuando hablemos de relaciones de poder) mediante el empleo de la fuerza, ya sea física, psicológica, económica, política, etc.; e implica la existencia de un “arriba” y un “abajo”, reales o simbólicos, que adoptan habitualmente la forma de roles complementarios: padre-hijo, hombre-mujer, maestro-alumno, patrón-empleado, joven viejo, en fin. “El empleo de la fuerza se constituye, así, en un método posible para la resolución de conflictos interpersonales, como un intento de doblegar la voluntad del otro, de anularlo, precisamente, en su calidad de ‘otro’. La violencia implica una búsqueda de eliminar los obstáculos que se oponen al propio ejercicio del poder, mediante el control de la relación obteniendo a través del uso de la fuerza” (Corsi, 1994, pp.22-25).

Considero ahora válido, abarcar la violencia desde otro punto de la mirada, desde el significado que le da el Observatorio de Violencia y Delincuencia de la Secretaría Distrital de Gobierno de Bogotá. Allí la violencia ha sido definida como un comportamiento, bien sea un acto o una omisión, cuyo propósito es ocasionar un daño o lesión y en el que la

acción trasgreda el derecho de otro individuo. *“La violencia es una manera de actuar, una conducta, una opción desarrollada, aprendida y ejercida en las relaciones entre los seres humanos y en las instituciones y organizaciones que ellos han ido construyendo”* (Franco, S. 1999 p. 18). Esta apreciación supone varios postulados: primero, sobre el origen cultural de la violencia en cuanto aprendida y ejercida en las relaciones entre las personas y las instituciones que éstas forman. Segundo, que al ser exclusiva de la especie humana, la violencia se asocia con una intención y una finalidad, es decir con una racionalidad instrumental. Necesariamente es un acto intencional; si el acto o la omisión fueran accidentales o involuntarios de ninguna manera podría hablarse de violencia. El móvil de quien ejerce la violencia es someter y controlar a otra persona como forma de resolver un conflicto.

Según este observatorio, para ejercer la violencia es indispensable el uso de la fuerza en condiciones de dominación o superioridad sobre “otro”, tal como lo había mencionado anteriormente Corsi. El daño causado por el uso de la fuerza puede ser físico, moral o psicológico y el mayor daño causado a una persona en un hecho violento es la muerte. (Fernández y Giraldo, 2006, p. 7)

Tal vez el mejor intento por definir y clasificar la violencia desde una perspectiva un tanto más operativa ha sido la propuesta por la Organización Mundial de la Salud, retomado en el proyecto del Observatorio de la Secretaría de Bogotá, quienes la tipifican como: “El uso deliberado de la fuerza física o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones”. Esta consideración explica dimensiones de la violencia más allá de ésta frente a otra persona, incluyendo la del tipo autoinfligida, y la comunitaria. En relación con la naturaleza del daño o a los medios empleados, la violencia se puede clasificar en sexual, física, psicológica y económica.

Las prácticas violentas generan, como todo acto injusto, una serie de consecuencias, que han sido señaladas en las conclusiones del mismo Observatorio de Violencia y Delincuencia. Se advierte que, según la gravedad, hay diferentes grados de violencia. La

más grave es aquella que conduce a la muerte o que deja serias secuelas físicas, psicológicas y emocionales, como la tortura o el abuso sexual de menores. La gran dificultad para discernir entre comportamientos violentos y no violentos, y lograr consenso en la definición operativa del término, se encuentra en los casos de violencia leve o moderada y radica en la diversidad de códigos morales a través de las culturas y momentos en el tiempo. La violencia es un fenómeno sumamente difuso y complejo cuya definición no puede tener exactitud científica, ya que es una cuestión de apreciación; se convierte, entonces, en un acto que se juzga de manera subjetiva y superficial.

La clasificación utilizada por la Organización Mundial de la Salud en el Informe mundial sobre la violencia y la salud, divide a la violencia en tres grandes categorías según el autor del acto violento:

1. La violencia **auto infligida** comprende el comportamiento suicida y las autolesiones. El primero incluye pensamientos suicidas, intentos de suicidio también llamados "parasuicidio" o "intento deliberado de matarse" en algunos países. Por contraposición, el automaltrato incluye actos como la automutilación.

2. La violencia **Interpersonal** se divide en dos subcategorías: la violencia familiar o de pareja (esto se desarrollará más adelante) es decir la violencia que se produce entre los miembros de una familia o de una unión relativamente estable, y que por lo general, aunque no siempre, sucede en el hogar y la violencia comunitaria que se produce entre personas que no guardan parentesco y que pueden conocerse o no, y sucede por lo general fuera del hogar.

3. La violencia **colectiva** se subdivide en violencia social, violencia política y violencia económica. Es aquella que se produce entre individuos no relacionados entre sí y que pueden conocerse o no, que acontece generalmente fuera del hogar, e incluye la violencia juvenil, los actos violentos azarosos, las violaciones y las agresiones sexuales por parte de extraños, y la violencia en establecimientos como escuelas, lugares de trabajo, prisiones y residencias de ancianos. (Fernández y Giraldo, 2006, p. 15)

De lo anterior se infiere que la violencia es un acto susceptible de ser efectuado por cualquier tipo de persona, sobre cualquier tipo de individuos, en escenarios diversos, soportado y respaldado por la fuerza del poder en una relación y que, por no poderse medir, su impacto se ve afectado por un juicio subjetivo que no permite establecer su verdadera magnitud.

1.2. Qué Es La Violencia De Género

“La violencia de género guarda relación también con el constructo social de lo que significa ser hombre o mujer. Cuando una persona se aparta de lo que se considera conducta “normal” se

convierte en objeto de violencia. Esto es especialmente grave cuando se combina con discriminación en razón de la orientación sexual o la identidad de género (Amnistía Internacional, 2002 p. 15).

Luego de exponer significados acerca de la violencia, desde diferentes miradas, es preciso delimitar un poco más el contenido de este trabajo, de acuerdo con mis intereses reales. La violencia se ejerce entre distintas personas y por múltiples razones, una de ellas es debido al sexo.

En 1996, el libro “*Violencia de géneros, un problema de derechos humanos*”, estipula por violencia de género el ejercicio de la violencia que refleja la asimetría existente en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, y que perpetúa la subordinación y desvalorización de lo femenino frente a lo masculino. Ésta se caracteriza por responder al patriarcado como sistema simbólico que determina un conjunto de prácticas cotidianas concretas, que niegan los derechos de las mujeres y reproducen el desequilibrio y la inequidad existentes entre los sexos. La diferencia entre este tipo de violencia y otras formas de agresión y coerción estriba en que en este caso el factor de riesgo o de vulnerabilidad es el solo hecho de ser mujer.

A lo largo de la historia, las distintas formas de violencia se han manifestado en las sociedades como producto de la dominación que determinados sectores o grupos ejercen sobre otros. En este contexto, la violencia de género es un mecanismo social clave para perpetuar la subordinación de las mujeres, puesto que, debido a que el poder se considera patrimonio genérico de los varones (Amorós, 1990), la hegemonía masculina se basa en el control social de lo femenino. Por lo tanto, las violaciones a los derechos humanos de las mujeres se relacionan directa o indirectamente con el sistema de género y los valores culturales dominantes (Rico, 1996, p. 9).

A esto se añade, la Organización Panamericana de la Salud, con su documento del año 2000, donde afirma que la violencia basada en el género (VBG) es uno de los abusos contra los derechos humanos y uno de los problemas de salud pública más difundidos en el mundo actual, que afecta a una de cada tres mujeres. Es también una manifestación extrema de la desigualdad relacionada con el género, impuesta a las mujeres y a las niñas a causa de su posición subordinada dentro de la sociedad. Las consecuencias de la VBG a menudo son devastadoras y prolongadas, y afectan la salud física y el bienestar mental de las mujeres y niñas. Al mismo tiempo, sus repercusiones ponen en peligro el desarrollo social de otros niños en la familia, de la familia como unidad, de las comunidades donde viven las personas afectadas y de la sociedad en general. (García, 2000, p. 6)

La violencia de género constituye una violación del derecho a la identidad, puesto que refuerza y reproduce la subordinación de la mujer al varón, así como la distorsión del ser humano; del derecho al afecto, debido a que la violencia es la antítesis de toda manifestación de esa índole; del derecho a la paz y a relaciones personales enriquecedoras, ya que es una forma negativa de resolución de conflictos; del derecho a la protección, debido a que crea una situación de desamparo, que no proviene sólo del esposo y la familia sino también del Estado, que niega protección a las mujeres, y de la sociedad que invisibiliza el problema; del derecho al desarrollo personal, puesto que las víctimas sufren una parálisis psicológica que les impide desarrollar su potencial creativo; del derecho a la participación social y política, debido a que coarta la realización de actividades extradomésticas (con excepción de las mínimas relacionadas con los roles tradicionales), como la participación en organizaciones, grupos o reuniones; del derecho a la libertad de expresión, y del derecho a una salud física y mental óptima (Rico, 1996, p. 9).

Según la Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, retomada en un documento publicado por Amnistía Internacional en el año 2004, la violencia basada en el género, incluye las amenazas, la coacción y la privación arbitraria de la libertad, dondequiera que se produzcan, tanto en la vida pública como en la privada. Y plantea algunos de los elementos para determinar si un acto de violencia está basado en el género, a partir de **la causa o motivo** (por ejemplo, insultos sobre el género claramente expresados durante la violencia); **las circunstancias o contexto** (por ejemplo, abusos contra mujeres de cierto grupo dentro de un conflicto armado); **el acto mismo, la forma que adopta el abuso** (por ejemplo, actos manifiestamente sexuales, desnudo forzoso, mutilación de partes sexuales del cuerpo); **las consecuencias del abuso** (embarazo, vergüenza y victimización secundaria de la sobreviviente por su comunidad como consecuencia de haberse cometido una infracción contra el “honor”); **la disponibilidad y accesibilidad de los recursos y las dificultades para interponerlos** (por ejemplo, las dificultades que encuentran las mujeres para interponer recursos judiciales por la falta de asistencia jurídica, la necesidad de apoyo de un familiar varón, la necesidad de centrarse en el cuidado de las personas a su cargo y la falta de servicios de salud apropiados) (Amnistía Internacional, 2004, p. 27).

Finalmente, es importante reconocer que la violación de los derechos de las mujeres y la violencia de género no son problemas nuevos; suponen conductas que hasta hace muy poco eran socialmente aceptadas y que, por estar circunscritas en general al ámbito de la vida privada, eran muy poco conocidas. Hoy se hacen evidentes por medio de la gestión de organizaciones como Amnistía Internacional y las Naciones Unidas para quienes el tema de la mujer cobra cada vez mayor importancia en cuanto a derechos humanos se refiere.

1.3. Qué Es La Violencia Contra La Mujer

La violencia contra la mujer es una forma de discriminación que inhibe gravemente la capacidad de la mujer de gozar de derechos y libertades en pie de igualdad con el hombre. (Comité de para la eliminación de la discriminación contra la mujer, 1992)

Según Amnistía Internacional, la violencia contra las mujeres es una forma de violencia de género, generada por el hecho de ser mujeres, o que afecta a las mujeres desproporcionadamente. Incluye los actos que infligen daño o sufrimiento físico, mental o sexual, las amenazas de tales actos, la coacción y otras formas de privación de libertad. La violencia contra las mujeres es un subconjunto de la de género, que incluye también la dirigida contra los hombres en algunas circunstancias y aquella que va contra las unas y los otros por su orientación sexual (Amnistía Internacional, 2004, p. 26). La violencia contra el género femenino es una modalidad de discriminación que inhibe gravemente la capacidad de la mujer de gozar de derechos y libertades en pie de igualdad con el hombre.

En el año 1994, la Organización de las Naciones Unidas presentó una Declaración que describía por "violencia contra la mujer" todo acto basado en la pertenencia al género femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1994).

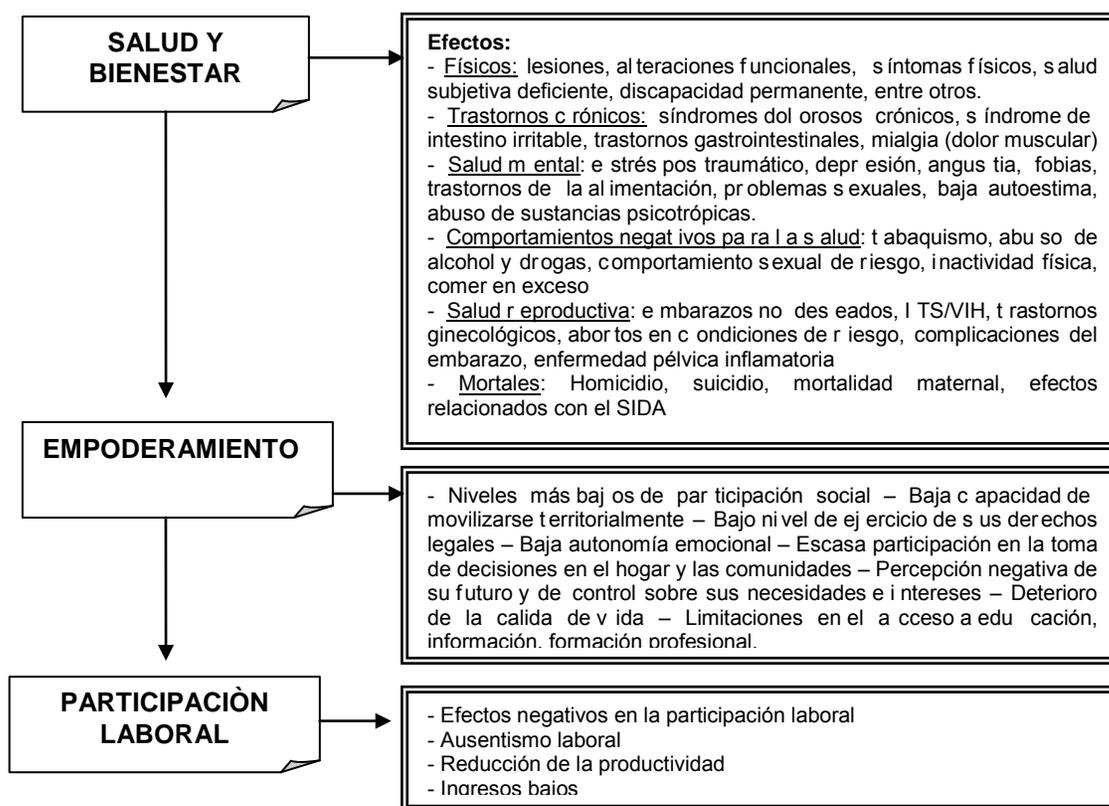
Según la ONU, la violencia contra la mujer abarca, sin carácter limitativo, la violencia física, sexual y psicológica en la familia, incluidos los golpes, el abuso sexual de las niñas en el hogar, la violencia relacionada con la dote, la violación por el marido, la mutilación genital y otras prácticas tradicionales que atentan contra la mujer, la violencia ejercida por personas distintas del marido y la violencia relacionada con la explotación; la violencia física, sexual y psicológica al nivel de la comunidad en general, incluidas las violaciones, los abusos sexuales, el hostigamiento y la intimidación sexual en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros ámbitos, el tráfico de mujeres y la prostitución forzada; y la violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra (ONU, 1994).

Así las cosas, la violencia contra la mujer constituye una violación de sus derechos humanos y libertades fundamentales y le impide total o parcialmente gozar de dichos derechos y libertades; evidencia una manifestación de relaciones de poder históricamente desiguales frente al hombre, que han conducido a su dominación y a la discriminación en su

contra por parte de éste e impedido el adelanto pleno de la mujer. La violencia es uno de los mecanismos sociales fundamentales por los que se fuerza a la mujer a una situación de subordinación respecto del hombre (ONU, 1994).

La Organización Panamericana de la Salud, Unidad de género y salud, plantea en este modelo los impactos de la violencia contra las mujeres, en tres ejes: Salud y bienestar, empoderamiento, y participación laboral (Organización Panamericana de la Salud, 2004).

CUADRO N° 1.



1.4. Las raíces de la subordinación de la mujer

En todo el mundo, las funciones y los puestos de la mujer en la sociedad están predefinidos. Uno de los aspectos clave de toda cultura es la forma en que define las funciones o roles de género. Casi sin excepción, a las mujeres se les asignan funciones supeditadas a las de los hombres. A menudo estos roles se hacen valer a través de la violencia (Amnistía Internacional, 2006).

Para empezar, uno de los problemas establecidos entre el hombre y la mujer es su diferenciación sexual; que se relaciona estrechamente con el doble interrogante que formula Florence Thomas en el libro *“Mujer, amor y violencia”*, cuando dice: *“¿Nos determina la naturaleza o nos condiciona la biología?”* Este libro establece un acercamiento a la sexualidad vista desde el campo filogenético (Grupo Mujer y Sociedad, 1991, p. 17).

En el campo filogenético, se habla de que para llegar al establecimiento de la figura de hombre y mujer que hoy en día conocemos, el proceso evolutivo partió, probablemente antes del terciario, desde una única reproducción de la vida, la asexual; la vida se reproducía por simple división celular, fisión o división uniparental asexual. Después de millones y millones de años, aparecería el morfo macho-hembra y con ellos la reproducción sexual que conformarían los dos polos de una misma realidad, pero que con la aparición de la fecundación interna, va a tener implicaciones de comportamientos diferentes según los sexos; la mujer, por poseer el organismo de producción de óvulos, se va a enfocar en la concepción y gestación del embrión, y esta implicación va a tener que extenderse a un nivel extrauterino, puesto que el niño debe ser proveído de un ambiente de desarrollo que reemplace el útero hasta que alcance su autonomía (Grupo Mujer y Sociedad, 1991, p. 26). En este orden biológico no existían los conceptos de amos ni esclavos, de superiores e inferiores, de hembras oprimidas ni machos opresores; sólo existían dos polos necesarios y complementarios en un espacio llamado vida. Es así como se puede decir, después de esta corta explicación, que la génesis de la opresión de la mujer, es ante todo histórica y que, si bien, se nace mujer, es la historia la que construye nuestra feminidad, como se mostrará a continuación.

Al ser histórica la lógica de la opresión, se debe tratar de interpretar, ahora, esta subordinación a la luz de universales culturales, ya que es en el simbolismo, en la regulación social de la división del trabajo, en la representación del carácter humano, donde las diferencias biológicas pueden ser la base sobre la cual se construya la opresión femenina.

Según el libro, *“Mujer, amor y violencia”*, en las sociedades que conocemos existe una infinita variedad de matices y formas de relación varón-hembra, que van desde la casi

igualdad sexual entre los indios montagnais y humos del Canadá y los arapesh de Nueva Guinea, hasta la semiesclavitud de las mujeres en Arabia Saudita y de los pastores de Sarakatsami en Grecia (Rosaldo, citado en Grupo Mujer y Sociedad, 1991). De acuerdo con lo anterior, se presenta un hecho preponderante del cual da cuenta la antropología: en todas parte, dentro de todos los tipos de organización social, económica e, independientemente del grado de complejidad de la sociedad, las mujeres son consideradas inferiores a los hombres; en las sociedades orientales y occidentales, en América precolombina (Aztecas, Incas y Chibchas), en la India de las Castas, en la Atenas de Pericles y en la remota y misteriosa China, la vida social ha estado dominada por los hombres (Grupo Mujer y Sociedad, 1991, p. 26). Así que se puede, entonces, llegar a afirmar que el estatus de inferioridad de la mujer es un hecho universal.

Una manera muy usada en la antropología para definir las diferencia de género es a través de oposiciones binarias: lo femenino se explica a través de una serie de representaciones fijadas visiblemente desde su opuesto lo masculino; se connota así que varones y hembras son contrapuestos en términos polarizados: fortaleza/debilidad, actividad/pasividad, profundidad/superficialidad, razón/emoción... (Grupo Mujer y Sociedad, 1991, p. 37). Este encasillamiento artificial ha facilitado la orientación irremediable de los sexos, otorgándoles unas características que van más allá de sus particularidades biológicas y que llevan a clasificar las diferencias en términos conductuales y de comportamiento social y cultural.

La mujer se ha presentado como más cercana que el hombre a los aspectos que han sido considerados como los más triviales de la existencia social: tener hijos con dolor y sangre, llorar abiertamente a sus muertos, cocinar, fregar platos, limpiar y desarrollar otras actividades afines. “De la misma manera, la mujer ha sido definida casi exclusivamente en términos de sus funciones sexuales: como madre, esposa, amante, prostituta, bruja (se acuesta con el diablo) y monja (se desposa con Dios), e identificada menos por sus roles sociales o profesionales” (Grupo Mujer y Sociedad, 1991, p. 38).

Su cuerpo y sus funciones procreadoras específicas la llevan a dedicar más tiempo al cuidado de la vida de la especie y a los procesos naturales relativos a la reproducción, que a ella misma. Contrario al hombre, quien carece de esta responsabilidad que lo hace orientarse hacia actividades creativas diferentes como la tecnología, la ciencia, el arte, la elaboración de ideologías y a producir la industria de la guerra y, por tanto, de la destrucción de la vida, contraponiéndose al papel de creación de la mujer.

El hecho de que la mujer dedicara la mayor parte de su existencia a crear y cuidar la vida, la confinó a un entorno más reducido debido a su maternidad; recogía frutos silvestre, cazaba pequeños animales y cocinaba los alimentos; y fue a partir de esa división del trabajo, que aparece un sistema de valoración diferente de acuerdo con las actividades realizadas. La caza y la guerra, por arriesgar la vida, ponen al hombre en una posición supervalorada, pese a que la mujer su vida por los suyos.

Para ella entonces, no parece haber otra opción más que confinarse a un espacio doméstico en el que pueda brindar su total atención a sus hijos y a su entorno, en el cual les pueda garantizar bienestar. Es así que otras actividades alternas como la política le quedan truncadas, por las responsabilidades inherentes a la crianza. Zimbalist Rosaldo en su ensayo, señala al respecto:

...a pesar de que parece que el hecho de que las mujeres paren a los niños y los críen no tiene que tener otras consecuencias, resulta ser el centro de la distinción más simple en la división del trabajo de los adultos de un grupo humano. Las mujeres llegan a verse absorbidas predominantemente por las actividades domésticas a causa de su rol de madres. Sus actividades económicas y políticas se ven limitadas por las responsabilidades del cuidado de los niños y sus atenciones están dirigidas muy precisamente hacia los niños y la casa. (Rosaldo, 1979, p.170)

1.4.1. Actividades invisibles de las mujeres

Las mujeres se integran en unos ámbitos que las acoge a fuerza de legitimar unos valores masculinos como valores hegemónicos a los que ambos sexos pueden aspirar. La asimetría continúa siendo dominante. Las mujeres se encuentran, pues, en situaciones que representan disyuntivas difíciles de resolver. Dar prioridad a los proyectos de vida propios comporta a menudo unas dosis de conflicto personal muy altas, que se traducen en sentimientos de culpabilidad (Comas, 2005, p. 193).

Uno de los aspectos que interviene de forma más relevante en la definición de las actividades y las funciones sociales de las mujeres es su dedicación a los demás. En la distribución de responsabilidades en la familia, las mujeres velan por personas dependientes, como niños, ancianos, enfermos, y muy a menudo se ocupan también de personas que podrían valerse por ellas mismas. “Cuidar a los demás es, de hecho, un componente básico en la construcción social del género con consecuencias importantes para la identidad y las actividades de las mujeres” (Del Valle, 2000, p. 187).

El apoyo y el cuidado de la mujer consisten en todo un conjunto de actividades dispuestas a proporcionar bienestar físico, psíquico y emocional a las personas que se encuentran a su cargo; a esto se integra el apoyo económico, el atención o asistencia personal, la atención de los niños pequeños y las diferentes formas de ayuda práctica y apoyo emocional. Estas actividades relacionadas con el cuidado de las personas son invisibles socialmente, porque es la familia la principal institución donde se llevan a cabo; porque es difícil catalogarlas como formas de trabajo, y finalmente porque están fuertemente asumidas como connaturales a la mujer (Del Valle, 2000, p. 188).

Pero el cuidado por otros no sólo se cristaliza en la familia como la única institución que presta asistencia. También existen otras en la sociedad instauradas con este fin, como los hospitales, colegios, guarderías, geriátricos, etcétera, pero estos servicios que se prestan al margen de la familia implican costos representados en el tiempo, la preparación de profesionales para que estén plenamente capacitados, salarios, etc. Es así como todos estos costos posibles fuera del hogar quedan anulados bajo el pretexto del parentesco familiar, convirtiéndose en invisibles y sin otorgarle mayor relevancia a la mujer.

“En relación con la conceptualización del cuidado, cuando la asistencia y la ayuda se realizan en el marco de las relaciones familiares, se nos hace difícil asumir que se trata de formas de trabajo. Esto es debido a que tienen un fuerte componente afectivo (se quiere a las personas para las que se hace) y, además, están impregnadas de un elevado contenido moral (forman parte del conjunto de obligaciones derivadas del parentesco)” (Del Valle, 2000, p. 189). Para la realización de este tipo de actividades de cuidado, las variables de

tiempo, disposición, dedicación, saberes y habilidades, que se van adquiriendo a lo largo de la vida, salen a relucir; es por esto que todas las actividades que implican apoyo y cuidado enmarcado en lo anteriormente dicho, suponen la existencia de amor, de compromiso, de trabajo, de una obligación moral, y es esto exactamente lo que una mujer ofrece con su labor en un hogar.

1.5. La violencia Intrafamiliar

El territorio de la familia puede llegar a ser, sin duda, el espacio de las incomparables felicidades infantiles, de la protección, de las promesas bondadosas, de la entrega sin reparos, de las leyendas inspiradoras, de la compasión y del amor. Pero también puede ser la zona de amenazas, de la ira y el rencor reprimidos, de los sacrificios inútiles, de los chantajes sentimentales, de la censura, del abuso impune y de las infamias encubiertas. Así, en ese reducto íntimo y cerrado, estarían las historias esenciales del mundo, todo aquello que le puede suceder a cualquiera (Paredes, 2000).

Para una sociedad, sin excepción, la importancia de la familia radica en que ésta constituye un escenario privilegiado para la crianza, socialización de los hijos y transmisión de los valores que van a formar a un ciudadano. Como institución social, la familia formula los patrones culturales que se exteriorizan en una colectividad en un espacio y un tiempo determinados, es decir, la familia interviene en el medio social y, a su vez, los diversos cambios históricos, sociales y económicos la influyen a ella. “La familia y la sociedad permanecen inexorablemente articuladas, se complementan y se necesitan. En ese sentido debe reconocerse una doble dinámica: por un lado, el grupo familiar recibe de la sociedad los recursos indispensables para su subsistencia, al mismo tiempo que es afectada por los cambios sociales, culturales y económicos acaecidos en el contexto social” (Observatorio de Asuntos de Género, pp. 7).

La investigación de este trabajo se centra específicamente en el escenario familiar como el lugar donde se comete violencia contra la mujer por parte de su esposo o compañero permanente, sin desconocer que, ciertamente, es un espacio donde también se evidencia el maltrato hacia otros integrantes. Ya a lo largo de este trabajo se ha estipulado cómo la mujer puede ser víctima de maltratos, pero desde este apartado, la violencia contra la mujer se verá enmarcada en un espacio privado y destinado a relaciones estrechas, donde la mujer

cumple el papel de esposa, compañera y madre, y en el cual se gestan problemas invisibles para la sociedad.

En principio es oportuno, recordar que para el Estado colombiano, la familia es el núcleo fundamental de la sociedad. Se constituye por vínculos naturales o jurídicos, por la decisión libre de un hombre y una mujer de contraer matrimonio o por la voluntad responsable de conformarla. Los hijos habidos en el matrimonio o fuera de él, adoptados o procreados naturalmente o con asistencia científica, tienen iguales derechos y deberes (Artículo 42, Constitución Política de Colombia, citado en Fernández y Giraldo, 2006, p. 25).

La Constitución política da sentido y valor a la familia al consagrar la igualdad de derechos entre mujeres y hombres, y al ajustarla al concepto de democracia basado en el respeto de los derechos humanos. Sin embargo, esto no se ajusta a la realidad de las familias colombianas ni a las nuevas formas de vida familiar imperantes: la ruptura de miles de parejas está motivada por la inadecuada distribución de poder al interior de las familias; la familia sigue siendo el espacio propicio para la violencia (Fernández y Giraldo, 2006, p. 25).

Es importante a partir de lo anterior dejar por sentado que la violencia intrafamiliar o dentro de la familia, básicamente es una situación de abuso de poder o maltrato psíquico, sexual o físico, de un miembro de la familia sobre otro, es decir que no sólo constituye un escenario de violencia contra la mujer. Puede tener diferentes formas de manifestación: a través de golpes e incidentes graves, como también de insultos, manejo económico, amenazas, chantajes, control de actividades, abuso sexual, aislamiento de familiares y amistades, prohibición de trabajar fuera de la casa, abandono físico o afectivo, humillaciones, o no respetar las opiniones de las otras personas (Ojeda, Ordóñez y Ochoa, 2005, p. 313).

El Instituto Nacional de Ciencias Forenses y Medicina Legal de Colombia, define violencia intrafamiliar como *todo acto intencional por el cual uno o más miembros de un grupo familiar producen daño físico, mental, sexual, impiden la libertad de locomoción o causan la muerte a otro u otros miembros de la familia*. Esta a su vez se manifiesta de acuerdo a la dinámica interior de la familia, en la cual las tipologías de la violencia intrafamiliar varían entre menores de edad, violencia conyugal o de pareja y entre otros familiares (Instituto Nacional de Ciencias Forenses y Medicina Legal, citado por Fernández y Giraldo, 2006, p. 16).

Por ser la familia un escenario casi invisible a la sociedad, por el mismo hecho de que lo que suceda se queda dentro de la misma, tiene actores definidos, que son los que poseen

posición de poder y liderazgo dentro del grupo familiar, donde las víctimas comunes son la esposa, madre, niño o niña, anciano y personas que se encuentran sojuzgadas. Así pues, luego de aclarado lo que se refiere a la familia, es tiempo de referirse a la mujer como víctima de los actos de violencia dentro de este ámbito.

En el libro, *“Violencia familiar: Una mirada interdisciplinaria a un problema social”*, el autor Jorge Corsi afirma que el concepto de “jefe de familia”, que a menudo esta jurídicamente definido, se enmarca en la categoría de “varón adulto”; llegando a tal punto, la subordinación del género femenino frente al masculino, que en la cúspide del poder familiar, en muchas culturas y subculturas, cuando muere el padre, su lugar pasa a ser ocupado por el mayor de los hijos varones, independientemente de la existencia de la madre y/o hermanas mayores.

Adicionalmente, este texto contempla la verticalidad, disciplina, obediencia, jerarquía, respeto, castigo como elementos indispensables para la organización de instituciones militares, dentro de las cuales resultan funcionales; pero, además, advierte que cuando estos fundamentos sirven de base para regular las relaciones intrafamiliares, se encuentran algunas de las siguientes “leyes”, implícitas pero sancionables como que los hijos deben respeto a los mayores; que la mujer debe seguir al marido, que los hijos deben obedecer a los padres, que el padre debe mantener el hogar, que el padre es quien impone la ley y, por último, que las faltas a la obediencia y al respeto deben ser castigadas. “En una estructura vertical, se suele poner el acento en las obligaciones, más que en los derechos de los miembros. Por lo tanto, los más débiles tienen una oscura conciencia de sus opciones y facultades. De ahí que su dependencia con respecto a los más fuertes se acentúa y su autonomía personal se ve recortada” (Corsi, 1994, p. 26).

Es así como la violencia contra la mujer en el marco del hogar tiene características peculiares que la diferencia de otros tipos de agresión y abuso. Ya sea por el espacio en que ocurre, por tratarse de uno privado, por los actores que intervienen y por el conjunto de factores psicológicos que entran en juego, como la baja autoestima, la inseguridad, el miedo, etcétera; todo lo cual contribuye a la complejidad y a que la significación y percepción del

problema no siempre sean evidentes ni para la sociedad ni por ende para el Estado, como lo veremos más adelante.

Existen diferentes enfoques teóricos y metodológicos para abordar la violencia de género, entre los que se encuentra, como aproximación descriptiva, el "ciclo de la violencia", que se inicia con agresiones menores que se van incrementando hasta alcanzar un clímax para luego decrecer; a continuación viene un período de arrepentimiento del agresor, después del cual el ciclo se repite. Este análisis no explica las causas de la violencia ni los mecanismos que intervienen en su reproducción, por lo que se debe insertar una perspectiva global que dé cuenta de la opresión de género que se expresan en estos hechos. Por otra parte, la clasificación de la violencia doméstica en física, psicológica, sexual e indirecta representa un aporte a nivel descriptivo, pero presenta problemas desde un punto de vista conceptual, ya que dificulta el manejo de información empírica y crea fronteras artificiales en un fenómeno que es único e indivisible. Los distintos tipos de violencia de género que se dan en el ámbito privado se combinan y entrelazan, por lo que su fragmentación ha influido negativamente en la prestación de asistencia, y en el diseño de políticas y programas preventivos. (Rico, 1996, p. 21)

A partir de lo anterior, se puede creer que esta violencia doméstica se transforma para las mujeres en un círculo vicioso de donde difícilmente podrán salir. En el libro *“10 Palabras Claves sobre la violencia de género”*, se dice que una vez que el agresor, pareja, ha ido elaborando una mujer a sus caprichos y deseos, sumisa y marginada, a partir del uso de la violencia; ésta se sumerge en un laberinto sin salida, donde el reaccionar se convierte en un simple reflejo pero que no llega a hacerse realidad. El lograr salir de una familia donde es agredida, se complica en la medida en que esto implica cambiar de vida, de relaciones, de seres queridos, etc. “A lo largo de este proceso de victimización, muchas mujeres han sido secuestradas dentro de sus propios hogares, de manera que han perdido sus amistades e incluso el contacto con sus familias, por lo que la decisión de irse se hace aún más difícil por la falta de apoyos exteriores” (Bautista, 2004, p. 20)

Seguidamente, lo grave e inquietante que se desprende de esto, lo expresan los autores Uribe y Sánchez al plantear que el tema de la violencia hacia la mujer, cada vez se descontextualiza del ámbito privado y atañe a toda la sociedad, puesto que de la familia, como institución se construyen las relaciones interpersonales, la educación, los procesos evolutivos y sociales, las nuevas generaciones y las políticas de un estado. Por ser una cuestión que aqueja al ser humano, como un ser cruzado por relaciones, la violencia contra la mujer es un problema que pertenece a la sociedad y por lo mismo es de esta que debe

surgir la solución y la iniciativa de promover una cultura de la NO violencia contra el sexo femenino. (Uribe y Sánchez. 2000, p 27)

Las diferentes condiciones y situaciones a las que una familia se encuentra expuesta e inmersa en la sociedad, como el hambre, el desempleo, crisis económica, ambiente hostil, intolerancia, etc., pueden constituirse en desencadenantes para que a la hora de establecer relaciones dentro de la misma familia se desate la ira y la violencia.

La violencia que se manifiesta al interior de la familia y su conexión y relaciones con las demás formas de violencia es un problema del que poco se habla, no tratado en su verdadera dimensión e importancia. Se lo relega al espacio privado mirándolo como de absoluta responsabilidad individual y negándole su carácter de problema social. Por esta razón se le atribuye causas de origen individual: licor, temperamento fogoso, arranques de ira, uso de drogas, enemistades, desavenencias entre familias, en definitiva, el elemento “normal” de toda relación. (Uribe y Sánchez. 2000, p. 40)

Para concluir, comprender la violencia contra la mujer dentro del hogar como un problema social implica cuestionar la creencia bastante común que lo que sucede dentro del ámbito de una familia es una cuestión absolutamente privada. Esta afirmación deja de tener validez si consideramos que cualquier acto de violencia de una persona contra otra constituye un crimen, independientemente de que ocurra en la calle o dentro de las cuatro paredes de una casa. (Corsi, 1994, p.30-31) Además, valdría la pena dejar por sentado algo sumamente importante, que la violencia doméstica pone en tela de juicio a la familia como institución social que proporciona seguridad, protección y afecto, y los roles y funciones que tradicionalmente se le asignan a cada uno de sus integrantes; sin mencionar que toda violencia se lleva a cabo como un instrumento de poder, de carácter funcional, destinado a afianzar la autoridad y la supremacía masculinas y a velar por el cumplimiento de las responsabilidades socialmente asignadas a las mujeres dentro de la familia. (Rico, 1996, p. 20)

1.5.1. La casa como espacio de violencia

“Las mujeres en cambio, confieren al hogar un sentido que tiene mucha relación con los nexos establecidos a causa de acontecimientos vitales y las emociones que los acompañan: matrimonio, nacimiento de hijos e hijas, formación de una familia y otros similares... para la mayoría de las mujeres la casa es el espacio que acoge estos acontecimientos y relaciones afectivas y éste es su significado predominante” (Unidad de mujer y desarrollo, 1998, p. 15)

Según Rebolledo (1998), es en los espacios de sociabilidad donde se actualizan y ponen en juego las definiciones culturales de género. En la medida que hay definiciones de dominios y ámbitos diferenciados según el género, los espacios de sociabilidad aparecerán impregnados de valores asignados a lo femenino, por ejemplo la casa y la cocina y a lo masculino, por ejemplo la calle; a la vez que habrá maneras diferenciales de ocuparlos o apropiárselos. Según esta autora, los espacios masculinos están asociados a "lo abierto" y aparecen como espacios de libertad en los cuales se puede entrar y salir, transitarlos, arriesgarse en ellos. "Lo cerrado", en cambio, se asocia a lo autocontenido, un volcarse al interior, a lo pequeño y seguro, lo femenino.

En otros estudios se habla de una permanencia femenina en la vivienda y sus espacios inmediatos, y un movimiento masculino por la ciudad, que van y vienen del trabajo a la casa (Segovia y Saborido, citado en Unidad Mujer y Desarrollo de la CEPAL, 1998, p. 23). Estas representaciones aparecen vinculadas a normas y conductas establecidas para cada género, se expresan en los quehaceres y recorridos diarios, en los discursos de los habitantes y en la vida cotidiana de los vecindarios.

Según el documento "Ciudad y relaciones de género", en el cual se aborda el tema de los espacios en los que se presentan relaciones entre los sujetos, y su significación para los mismos, la casa ha sido tradicionalmente un espacio de referencia importante para las mujeres, especialmente para las de las generaciones mayores. La asociación de los conceptos de hogar y lo femenino, es tan fuerte que las incursiones hacia otros espacios, tales como el colegio, la universidad, el deporte, la política, que han logrado hacer las mujeres de las nuevas generaciones, aparecen como referentes que se suman a la casa sin llegar a reemplazarla. Esta sigue siendo su lugar y su responsabilidad y los agregados nuevos no logran modificar de manera radical este mandato cultural (Rebolledo, citado en Unidad Mujer y desarrollo de la CEPAL, 1998, pp. 22).

La casa representa además el "territorio moral" de la mujer, en el cual su imagen está resguardada. Para la mayoría de las mujeres en los barrios pobres, el rol de dueña de casa las aleja la posibilidad de divertirse. "El lugar de una señora es su casa, salir está bien para las más jóvenes". Las dueñas de casa parecen estar siempre tratando de mostrar una buena conducta definida como "ser de la casa" y se atribuye valor al "no meterse con nadie". Las obligaciones que la "ideología familiar" impone a las mujeres consumen parte importante de su tiempo (Sabatini, 1995). Junto a la asignación y

apropiación de roles por parte de las mujeres, también influyen mecanismos de control social que operan en el barrio. (Unidad Mujer y desarrollo de la CEPAL, 1998, pp. 25)

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, en la relación de los términos casa y hogar, como la idea de "refugio", se ha planteado que ésta tendría el mismo significado para hombres y mujeres; pero frente a esto la diferencia puede surgir ante la pregunta ¿un refugio de qué? Tradicionalmente, para los hombres, que salen a trabajar, la casa ha sido un refugio de la rutina cotidiana del trabajo. Para las mujeres, en cambio, este significado ha ido variando en función de los distintos roles que ella desempeña.

Según Booth, Darke y Yeandle en su libro *"La vida de las mujeres en las ciudades. La ciudad, un espacio para el cambio"*, hay tres elementos en la relación de las mujeres con el hogar: es un lugar de trabajo, es una fuente de opiniones emitidas por terceros sobre su aspecto y es también un refugio. Distintas combinaciones y formas de vida doméstica afectarán el equilibrio entre estos elementos. De cualquier manera, una cantidad importante de trabajo es necesaria, tanto físico como de organización, para que la casa mantenga un aspecto presentable, el imperativo social de cuidar la presentación de la casa es todavía muy importante e influye en el prestigio de las "dueñas de casa". Según Darke, en los distintos significados atribuidos a la vivienda se observa una tensión entre el hogar como fuente de placer y motivo de orgullo y el hogar como fuente de problemas: incomunicación, falta de privacidad, demasiado trabajo (Booth, Darke y Yeandle, 1998, p. 23-26).

Según los datos del estudio realizado en 1996 por los autores Saborido y Segovia, la mayoría de las mujeres encuestadas permanece en sus casas durante la semana, realizando actividades domésticas (asear, cocinar, ver tareas escolares). La única actividad recreativa que mencionaron durante la semana es ver televisión. Sólo un 25% de las mujeres encuestadas se definieron como trabajadoras con salario estable, las demás se definieron exclusivamente como dueñas de casa. Comparativamente, las mujeres permanecen mucho más tiempo que los hombres dentro de sus casas (Saborido y Segovia, citado en Unidad de mujer y desarrollo de la CEPAL, p. 23).

1.5.2. Factores explicativos sobre la violencia doméstica

La violencia doméstica es un fenómeno complejo, en cuyo origen y permanencia se ven implicados factores personales, sociales y culturales. Los primeros modelos que intentaron dar cuenta de este tipo de violencia, no abarcaron la totalidad de factores que la causan y la conservan. Algunos ejemplos errados para la explicación de la violencia doméstica, eran unos que defendían que la causa de ésta, se encontraba en las propias víctimas, ya que poseían un carácter masoquista que hacía que se sintieran atraídas por los hombres que provocaran maltrato, pues les producía placer. Otras explicaciones que se daban, era la baja autoestima, roles de género tradicionales, trastornos mentales, etc., o características sociales como la aceptación de la violencia o el gran número de estresores que afectaban a la familia, y que ocasionaban una serie de conductas violentas en los miembros de la familia.

Si bien, estas explicaciones no tienen un carácter que abarque demasiado, se debe tener en cuenta que la violencia doméstica contra la mujer es un fenómeno complejo.

En el libro *“Mujeres víctimas de la violencia doméstica”*, expone el trabajo de El Grupo de Trabajo en Violencia del Hombre contra la Mujer de la Asociación Psicológica Americana, que plantea que la violencia doméstica tiene múltiples causas, entre las que se destaca el hecho de que es una conducta aprendida que se ha forjado por las normas socioculturales y las expectativas del rol que apoyan la subordinación femenina y perpetúan la violencia masculina. (Labrador, 2004, p. 49).

1.5.2.1. El machismo

Según Rogelio Díaz Guerrero, en su libro *“Psicología del Mexicano”* el origen de la palabra machismo, parece tener su origen en [México](#) y se refiere a una actitud de superioridad masculina, deseo de controlar a las mujeres y mantenerlas en posición inferior (Díaz, 1997, p. 22).

Adicional a lo anterior, el libro “*El Machismo*”, habla de que éste es una forma de sexismo (discriminación por razón de sexo) en la que se infravaloran las facultades de un individuo del sexo femenino basándose en argumentos débiles o no aplicables al tema en cuestión.

Según este texto, es un fenómeno que ha caracterizado a nuestra civilización por años, es una forma de vida comprendida dentro de la dominación varonil donde se cumplen a cabalidad los [roles familiares](#), especialmente los de jerarquización. Con lo cual se mantuvo el orden social por siglos, y dicho orden y jerarquización generó los largos años de vida que lleva la sociedad humana. El machismo establece dentro de su jerarquización el trabajo fuerte para los hombres, esto es parte de la protección, muchos autores del romanticismo dieron clara expresión de esto en sus cuentos y poemas, es una forma de protección evolucionada, ya no es la protección cavernícola de antaño. Dentro de esta protección no hubo una discriminación como se pretende hacer ver, simplemente que con el pasar del tiempo y el desarrollo de los derechos, la humanidad en si, logro comprender la igualdad entre géneros (“El machismo”, 2005 p. 33).

Con el dominio del varón, hombre, esposo, pareja macho, los roles femeninos se menosprecian y comunidad patriarcal, donde todo lo femenino era por de bajado; y es desde ahí que mantenemos esa creencia de mundo. La discriminación de las mujeres en todos los ámbitos, educativo, económico, político, sexual, alimenticio, etc.; a pesar de que los años han pasado y que los cambios se han hecho evidentes, no han logrado avanzar; todavía nos encontramos en una especie de aldea donde lo femenino era relegado por lo masculino. “De hecho la situación de mayor riesgo en la violencia doméstica suele ser la demanda de separación; el maltratador no soporta la emancipación de su víctima, pues su propia identidad se ve marcada por esa dependencia patológica, sin la que se siente nadie” (Bautista, 2004, p. 56).

Según la CEPAL, aunque en algunos países se reconoce la existencia de distintas estructuras familiares y de cohabitación, y que hoy en día son objeto de un examen crítico, las familias se organizan preferentemente en torno al poder de los integrantes del sexo masculino en todos los niveles jerárquicos. Por lo tanto, se estructura a partir de fuertes lazos de dominación y de notables desigualdades en las relaciones de poder, que afectan a las mujeres; el rol que se les asigna en la vida conyugal supone sumisión, dependencia y la aceptación de la autoridad indiscutible del hombre y de un conjunto de normas y conductas que limitan su desarrollo. En este contexto, los hombres pueden castigar a las mujeres o controlar sus expresiones, su movilidad y su sexualidad.

1.6. Qué es la violencia conyugal

En 1996, la 49.a. Asamblea Mundial de la Salud adoptó la Resolución 25, por la cual se reconoció la *violencia del compañero íntimo (VCI)* como uno de los problemas de salud pública más importantes por su creciente incidencia y mortalidad. En ésta se resaltaron las consecuencias de la violencia en la salud individual, familiar, de la comunidad y de los países, así como su impacto sobre los servicios sanitarios. En definitiva, la VCI, hace parte de la carga de la enfermedad, resta años de vida como causa de lesiones físicas y psicológicas irreversibles y, en algunos casos, de muerte (Fernández y Giraldo, 2006, p. 18).

En el mundo reportaban las estadísticas del 2003 que el 68% de las mujeres asesinadas murieron como consecuencia de la VCI. De hecho, la creciente emergencia de esta violencia en los medios de comunicación y en las agendas políticas pone de manifiesto que se trata de un problema social¹⁴ y de salud pública¹⁵ de gran importancia.

Un estudio realizado en Bogotá (Colombia) mediante entrevista a 3157 mujeres que acudían con sus niños a la consulta pediátrica para revisiones, vacunas etc. concluyó que el 26,5% de las mujeres que acudían con sus pequeños a estos servicios, habían sido abofeteadas o empujadas por su compañero actual, y el 13,3% habían sido agredidas gravemente por medio de golpes con el puño cerrado, patadas, golpes con algún objeto, o golpeadas y amenazas con un cuchillo o arma de fuego. Además de lo anterior, el 26,2% de ellas indicaron que su compañero les imponía alguna prohibición. (Fernández y Giraldo, 2006, p. 18)

Para terminar, cabe mencionar que cuando estas mujeres, maltratadas por sus parejas, deciden acudir a algún centro asistencial que trata este tipo de problemáticas, llegan solicitando ayuda para sus compañeros; poseen una noción equivocada, pues atribuyen estos actos ofensivos a actores externos y los libran de toda culpabilidad, haciéndose ellas culpables por el accionar de su agresor; contemplan el merecer un castigo porque no cumplen las supuestas expectativas de su pareja. La mujer maltratada suele justificar el accionar de su acompañante, porque lo considera enfermo o porque atribuye su comportamiento a la incidencia de factores externos, que actúan provocándole efectos negativos (Dohmen, 1994, p. 65-66). Y lo que es peor, estas mujeres víctimas del maltrato de sus compañeros íntimos en sus hogares, soportan toda clase de agresión tanto física como emocional sin ni siquiera llegar a notar la magnitud del deterioro de sí mismas, porque esta práctica se ha convertido en algo permanente y con lo que tienen que lidiar día a día.

1.7. Tipos De Violencia Contra La Mujer

Según la Organización de las Naciones Unidas, se entiende, que la violencia contra la mujer abarca los siguientes actos, aunque sin limitarse a ellos:

- a) La violencia física, sexual y psicológica que se produzca en la familia, incluidos los malos tratos, el abuso sexual de las niñas en el hogar, la violencia relacionada con la dote, la violación por el marido, la mutilación genital femenina y otras prácticas tradicionales nocivas para la mujer, los actos de violencia perpetrados por otros miembros de la familia y la violencia relacionada con la explotación;
- b) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada;
- c) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra. (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1994)

1.7.1. Violencia física

Según el libro “Violencia familiar, una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social”, la violencia física incluye una escala que puede comenzar con un pellizco y continuar con empujones, bofetadas, puñetazos, patadas, torceduras, hasta a provocar abortos, lesiones internas, desfiguraciones, hasta el homicidio”. (Corsi, 1994, p.35)

1.7.2. Violencia psicológica

Según el autor Jorge Corsi, la violencia psicológica comprende una serie de conductas verbales tales como insultos, gritos, críticas permanentes, desvalorización, amenazas etcétera. La mujer sometida a este clima emocional sufre una progresiva debilitación psicológica, presenta cuadros depresivos y puede desembocar en el suicidio” (Corsi, 1994, p.35).

Situaciones de amenazas, insultos, burlas, gritos, sobrenombres descalificadores, humillaciones, interrogaciones, sustracción de dinero, amenazas de herir o atacar a seres queridos, destrucción de objetos importantes, autoritarismo o cualquier otro comportamiento que mantenga al otro miembro de la pareja en permanente tensión, se consideran ejercer una violencia psicológica sobre alguna persona (Guía de Auto apoyo para Jóvenes "Violencia en el Noviazgo" del Instituto de la Mujer de Chile).

1.7.3. Violencia sexual

Comentarios y gestos sexuales no deseados, exigencias sexuales bajo presión o amenaza, burlas acerca del cuerpo de la pareja, agresiones sexuales con armas u objetos.

Cuando hablamos de delitos sexuales o violencia sexual nos referimos: "a una serie de actos que engloban desde conductas aparentemente "insignificantes" como puede ser un manoseo, hasta diversas prácticas sexuales, impuestas y no consentidas incluyan o no la relación coital y una amplia gama de actos humillantes y dañinos, como penetración con objetos, prácticas sádicas, etc.

Desde las vivencias de las mujeres las agresiones sexuales son todos los contactos sexuales no consentidos. Cada experiencia de agresión sexual es singular y solo cada mujer puede dar verdadera cuenta de su verdadera dimensión (Corsi, 1994, p.35).

Según Jorge Corsi, en su libro "Violencia familiar, una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social", la violencia sexual es un hecho mucho más frecuente de lo que la mayoría de las personas creen. Mucho más frecuente de lo que los medios de comunicación difunden. Mucho más frecuente de lo que las estadísticas y los registros oficiales establecen. La agresión sexual no es un hecho individual explicable por la patología, el desvío o la marginalidad de ciertos individuos en particular, sino que está profundamente enraizada en las relaciones de dominación entre varones y mujeres.

1.7.4. El feminicidio

"El feminicidio es una expresión radical de la violencia masculina; es un acto irreparable que produce indignación, sufrimiento y dolor; es el "derecho" que algunos hombres se arrojan para terminar con la vida de una mujer" (Mönnárrez y Fuentes, 2004, p. 67).

Según el libro El feminicidio es el genocidio contra mujeres y sucede cuando las condiciones históricas generan prácticas sociales que permiten atentados contra la integridad, la salud, las libertades y la vida de las mujeres. En el feminicidio concurren en tiempo y espacio, daños contra mujeres realizados por conocidos y desconocidos, por violentos, violadores y asesinos individuales y grupales, ocasionales o profesionales, que conducen a la muerte cruel de algunas de las víctimas. No todos los crímenes son concertados o realizados por asesinos seriales: los hay seriales e individuales,

algunos son cometidos por conocidos: parejas, parientes, novios, esposos, acompañantes, familiares, visitas, colegas y compañeros de trabajo; también son perpetrados por desconocidos y anónimos, y por grupos mafiosos de delincuentes ligados a modos de vida violentos y criminales. Sin embargo, todos tienen en común que las mujeres son usables, prescindibles, maltratables y desechables. Y, desde luego, todos coinciden en su infinita crueldad y son, de hecho, crímenes de odio contra las mujeres.

Para que se de el feminicidio concurren de manera criminal, el silencio, la omisión, la negligencia y la colusión de autoridades encargadas de prevenir y erradicar estos crímenes. Hay feminicidio cuando el Estado no da garantías a las mujeres y no crea condiciones de seguridad para sus vidas en la comunidad, en la casa, ni en los espacios de trabajo de tránsito o de esparcimiento. Más aún, cuando las autoridades no realizan con eficiencia sus funciones. Por eso el feminicidio es un crimen de Estado.

El feminicidio se conforma por el ambiente ideológico y social de machismo y misoginia, de violencia normalizada contra las mujeres, y por ausencias legales y de políticas de gobierno lo que genera condiciones de convivencia insegura para las mujeres, pone en riesgo la vida y favorece el conjunto de crímenes que exigimos esclarecer y eliminar.

Contribuyen al feminicidio el silencio social, la desatención, la idea de que hay problemas más urgentes, y la vergüenza y el enojo que no conminan a transformar las cosas sino a disminuir el hecho y demostrar que no son tantas “las muertas”. (“Feminicidio, el último peldaño de la agresión” ,2005)

1.8. Estadísticas del sector salud

En la Encuesta Nacional de demografía y salud (ENDS), realizada por Profamilia, en el año 2005, se les practicaron a las mujeres entrevistadas, casadas o unidas, o que lo hubieran estado anteriormente, una serie de preguntas específicas acerca de si sus esposos o compañeros ejercían sobre ellas ciertas presiones o les hacían acusaciones relacionadas con la vida de pareja.

La primera pregunta indagaba sobre si habían sufrido algún tipo de situaciones de control por parte del esposo o compañero. El 66 % de las mujeres a las que se les hizo esta pregunta, contestaron que sus esposos o compañeros ejercían situaciones de control contra ellas, porcentaje que es similar al encontrado en la ENDS 2000 (65 %). Con base en lo anterior se determinó que las situaciones con más frecuencia mencionadas fueron: el esposo insiste en saber dónde está ella (37 %), el esposo la ignora (36 %), el esposo le impide el contacto con amigos o amigas (26 %) y el esposo acusa de infidelidad (26 %) (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 314).

De esa pregunta finalmente se comprobó que estas situaciones de control son más frecuentes: entre las mujeres de 30 a 34 años de edad, aquellas que anteriormente estuvieron casadas o unidas, entre las residentes en la zona urbana de Bogotá y entre mujeres que no tienen un alto nivel de educación. Continuamente, que un total de 8 departamentos tienen porcentajes del 71 % o más en esta variable, como lo son Chocó, Casanare, Cauca, La Guajira, Boyacá, Amazonas, Guaviare y Nariño (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 314).

Seguidamente, en la ENDS 2005, se les preguntó a las mujeres, si sus esposos o compañeros habían ejercido la violencia física contra ellas. Específicamente se les preguntó si habían sido empujadas o zarandeadas, golpeadas con la mano u otros objetos, si habían sido mordidas, arrastradas o pateadas, amenazadas o atacadas con armas, o si habían sido forzadas a tener relaciones sexuales.

También se les indagó por los resultados de dichos episodios en términos de lesiones personales, es decir, si la mujer resultó con moretones, heridas, huesos quebrados, pérdida de órganos, función o miembro. A aquellas mujeres que fueron objeto de violencia física y que resultaron con alguna lesión, inmediatamente se les preguntó si habían visitado un médico o un centro de salud y si recibieron información acerca de las diferentes formas de buscar protección o hacer el denuncia correspondiente de la agresión sufrida. Finalmente, a las mujeres que habían sido agredidas físicamente, se les preguntó si ellas habían respondido con agresión a la violencia recibida por parte del esposo o compañero, o si agredía físicamente al esposo, cuando él no lo estaba haciendo.

Fue a partir de lo mencionado antes que se estableció una segunda pregunta, que indagaba a las mujeres si habían sido violentadas físicamente por parte de su esposo o compañero. El 39 % de las mujeres alguna vez casadas o unidas reportaron haber sufrido agresiones físicas por parte del esposo o compañero. Este resultado representa una disminución de solamente dos puntos porcentuales cuando se compara con el obtenido en la ENDS 2000. El orden por porcentajes, de los diferentes tipos de violencia física se determinó a partir de

la intensidad de la acción violenta, así: la ha empujado o zarandeado (33 %), la ha golpeado con la mano (29 %), la ha pateado o arrastrado (13 %), la ha golpeado con un objeto duro (9 %), la ha amenazado con armas (8 %), ha tratado de estrangularla o quemarla (5 %). De esta misma pregunta se pudo constatar que existe una ligera tendencia a que las mujeres mayores de 30 años sufran más violencia física. De igual manera, este tipo de violencia es mayor entre las mujeres que estuvieron anteriormente casadas o unidas, en la zona urbana, en la ciudad de Bogotá, en los antiguos Territorios Nacionales y en la región Oriental; y menor en la Región Atlántica. (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 322).

Al analizar los resultados por educación, Profamilia observó en su ENDS, que las mujeres que tienen educación superior tienen el porcentaje más bajo de violencia física por parte del esposo o compañero (31 %). Sin embargo, se considera que este porcentaje es muy elevado. Y al hacer este mismo análisis pero según ubicación geográfica, se estableció que los departamentos que tienen porcentajes de violencia física contra la mujer mayores del 45 %, son en orden descendente, Amazonas, Boyacá, Bogotá, Nariño, Vaupés, Vichada, Huila, Casanare, Arauca y Norte de Santander. Y los departamentos donde se observan los menores niveles de agresividad son San Andrés, Risaralda, Sucre, Córdoba y Atlántico (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 322).

Una tercera pregunta fue planteada como consecuencia de la anterior; ésta averiguaba por el tipo de lesiones o secuelas, que quedaron en las mujeres, a razón de los episodios violentos por parte del esposo o compañero. El 85 % de las mujeres que fueron objeto de agresión física por parte del esposo o compañero se quejó de secuelas físicas o psicológicas como consecuencia de la golpiza. El 72 por ciento manifestó que había perdido el interés por el sexo, el 55 % mencionó haber tenido moretones o dolores fuertes, la mitad reportó que había perdido la autoestima y que sentía que no valía nada, el 40 % se enfermó físicamente, el 39 % sintió después dolores de cabeza, el 36 % sintió deseos de suicidarse, el 20 % no volvió a hablar con nadie, el 13 % tuvo heridas graves o huesos quebrados, el 2 % tuvo pérdida de un órgano o función de un miembro y el 2% tuvo un aborto (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 324).

A partir de los datos anteriores, Profamilia pudo establecer como puntos territoriales neurálgicos, donde más lesiones reportaron las mujeres, a los departamentos de Risaralda, Antioquia, Vichada, Caldas y La Guajira (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 324).

Seguidamente, la ENDS planteó una cuarta pregunta en la cual se indagaba a la mujer acerca de su asistencia a un establecimiento de salud para tratamiento de las lesiones ocasionadas por el agresor. Solamente una quinta parte, es decir el 21% de las mujeres que fueron objeto de agresiones físicas por parte del esposo o compañero, acudió a un médico o establecimiento de salud para recibir tratamiento e información. Los porcentajes más altos de las que no acudieron son las mujeres más jóvenes, las que viven en unión libre, las de la zona rural, las mujeres de la Región Central y aquellas que tienen solamente educación primaria y las pertenecientes a los niveles más bajos y bajo de riqueza (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 326).

Al final se determinó que los departamentos en donde menos han acudido las mujeres para tratamiento e información son: Caquetá, La Guajira, Tolima, Sucre, Norte de Santander, Chocó y Magdalena. (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, 326)

Por último, Profamilia cerró esta gran estadística preguntando a las mujeres si habían realizado algún tipo de denuncia por maltrato y en qué entidad lo había hecho. Fue verdaderamente preocupante que el 76 % de las mujeres maltratadas físicamente no había acudido a ninguna institución para denunciar la agresión de la que fue objeto. Prácticamente, este delito permanece impune en la sociedad colombiana. Según los resultados encontrados en esta ENDS, las mujeres que menos denuncian son las más jóvenes, las solteras, las que viven en el área rural y las mujeres de la Región Atlántica. Si bien no se detectó ninguna tendencia por nivel educativo, es sorprendente que cerca de las tres cuartas partes de las mujeres de educación superior que habían sido maltratadas físicamente, no denunciaron la agresión, mientras que las del nivel más bajo de riqueza fueron las que más buscaron ayuda.

También se estableció que los sitios a donde con más frecuencia acuden las mujeres que denuncian, son las inspecciones de policía, con un 9 %; las comisarías de familia, con un 8 %; el ICBF, con un 4 %; la fiscalía, con un 5 % y los juzgados, con un 2 %. Y de acuerdo con la territorialidad, por departamento, en donde se denuncia a menudo es en San Andrés, Cundinamarca, Antioquia, Boyacá y Vichada. Donde menos se denuncian las agresiones son: Caquetá, la Guajira, Bolivar y Nariño (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, p. 330).

De acuerdo a lo anterior, Profamilia no podía dejar de cuestionar a las mujeres por las razones para no denunciar el maltrato físico del que eran víctimas. Las razones usualmente aludidas por las mujeres que no denunciaron fueron; que ella creía que podía resolver el problema sola, un 24 %; que los daños no fueron muy serios, un 24 %; por miedo a una mayor agresión, un 16 %; que no deseaba dañar al agresor, 13 %; que no creía que el episodio volviera a ocurrir, un 9 %, que era parte de la vida normal, un 9 %, y no sabía a dónde ir a poner el denuncia, un 7 %. (Ojeda, Ordoñez y Ochoa, 2005, 333)

1.9. Declaración de los Derechos de la mujer

[E]l éxito de los derechos de la mujer sólo podrá convertirse en realidad si los derechos humanos en general se mantienen y protegen. La lucha por el derecho de la mujer a no ser víctima de la violencia debe inscribirse siempre en el marco de la práctica y la protección de los derechos humanos. (Radhika Coomaraswamy, 2003)

La Carta de las Naciones Unidas (ONU), documento fundacional de la organización, proclama “la igualdad de derechos de hombres y mujeres”, “la dignidad y el valor de la persona humana” y la realización de los derechos humanos fundamentales como principios y objetivos básicos de las Naciones Unidas (ONU).

El artículo 1.3 de la Carta dispone que uno de los propósitos de la ONU es “realizar la cooperación internacional en la solución de problemas internacionales de carácter económico, social, cultural o humanitario, y en el desarrollo y estímulo del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por

motivos de raza, sexo, idioma o religión”. Igualmente, el artículo 55.c obliga a la organización a garantizar “el respeto universal a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión”.

La Declaración Universal de Derechos Humanos, documento fundacional del derecho internacional de derechos humanos, establece que todos los seres humanos deben disfrutar de los derechos sin sufrir discriminación ni siquiera por motivos de sexo; así, su artículo 2 dispone: Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición (Organización de Naciones Unidas, 1994, p. 3)

Una línea estratégica de esta declaración es asegurar el carácter universal, inalienable, indivisible e integral de todos los derechos humanos para la mujer y su permanente respeto y protección en un ambiente sano en todo tiempo y lugar. Las acciones propuestas se relacionan con tres objetivos estratégicos. El primero, es consolidar el pleno respeto de los derechos humanos de las mujeres, en un marco que priorice la eliminación de la violencia y de la discriminación en razón del sexo, de la pobreza y de las diferencias étnicas y raciales; el segundo, es promover acciones que hagan visible los tipos y formas de violencia contra la mujer y que conduzcan a su eliminación; y el tercero, es sensibilizar a los medios de comunicación sobre la cultura de la violencia y sobre la imagen de discriminación de la mujer que ellos presentan.

Por otro lado, y en razón de evidenciar lo hecho en el mundo respecto del tema de los derechos de la mujer; la Conferencia Mundial Derechos Humanos realizada en Viena, en 1993, logró dos avances: la aprobación por Asamblea General de la Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer y el acuerdo para que la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas nominara un relator especial sobre violencia contra la mujer. La Declaración ordena a los Estados promover políticas para eliminar la violencia contra las mujeres mediante leyes, instituciones y elaboración de planes nacionales y normas preventivas. En 1994, la Organización de Estados Americanos (OEA), aprobó la

Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, y el también, el Programa de Acción Regional el cual incluye, entre sus acciones estratégicas, el instar a los Estados para que ratifiquen e implementen esa Convención.

La mujer, entonces, tiene derecho, en condiciones de igualdad, al goce y la protección de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural, civil y de cualquier otra índole. Entre estos derechos figuran, el derecho a la vida, el derecho a la igualdad, el derecho a la libertad y la seguridad de la persona, el derecho a igual protección ante la ley, el derecho a verse libre de todas las formas de discriminación, el derecho al mayor grado de salud física y mental que se pueda alcanzar, el derecho a condiciones de trabajo justas y favorables, el derecho a no ser sometida a tortura, ni a otros tratos o penas crueles, inhumanos o degradantes (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 1994, p.3).

1.10. El deber un Estado en la protección de la violencia contra la mujer.

La violencia es un comportamiento aprendido; por lo cual la obligación del Estado de actuar con debida diligencia para prevenir los delitos de ese tipo consiste en parte en trabajar con la sociedad civil a los efectos de cambiar ese comportamiento y erradicar esa violencia (Comisión Interamericana de derechos humanos, 2002).

Las normas de derechos humanos son lo mínimo de lo que todo ser humano debe esperar disfrutar en su vida. Proporcionan un punto de referencia reconocido internacionalmente y exigible jurídicamente, partiendo de que en cada Estado se encuentran estipuladas normas y leyes que garantizan el bienestar de cada ciudadano, ya sea hombre, mujer, niño, anciano, joven, etc.

Pero, en el caso específico de la mujer, la ley por sí sola no es suficiente para hacer sus derechos realidad. Existe una gran diferencia entre las normas sobre los derechos de las mujeres y la realidad de su aplicación. Para garantizar que la ley se respete y aplique, se precisa la defensa y el trabajo duro de quienes se han comprometido a conseguir que las mujeres no sean objeto de violencia y a promover un enfoque integral del problema de la

violencia contra las mujeres y de sus soluciones. Estas personas se dedican a promover los derechos humanos y el derecho de las mujeres a la igualdad trabajando con sus gobiernos y comunidades.

La ley es un instrumento que obliga a los Estados a respetarla. Es necesario que el Estado comprenda que la demanda que hacen las mujeres por una vida sin violencia no es un asunto negociable ni discrecional: el Estado tiene que garantizar el derecho de las mujeres a no sufrir violencia.

A pesar de los importantes avances realizados en la formulación de normas y reglas de derechos humanos para abordar la violencia contra las mujeres, sigue habiendo un considerable vacío en su aplicación. Para llenar este vacío es preciso que las normas estén cimentadas en el ámbito local. Las comunidades tienen que participar en la tarea de traducir las disposiciones internacionales en leyes, planes y acciones para que estos mecanismos tengan significado en la vida cotidiana. Lo mejor para este proceso es que existan las bases de un marco jurídico y un compromiso claros con el Estado de derecho, bien por medio de disposiciones constitucionales o de una revisión de las leyes y procedimientos civiles, penales y administrativos existentes. (UNIFEM, 2003, p. 9)

Según el documento emitido por Amnistía Internacional, llamado "*Hacer realidad los derechos humanos. El deber de los Estados de abordar la violencia contra las mujeres*", es importante destacar el marco jurídico internacional como particularmente importante a la hora de dirigirse a los gobiernos y a los funcionarios que no aplican los derechos de las mujeres o cometen abusos contra ellos. Por ejemplo, las referencias al derecho internacional pueden serles de utilidad a las mujeres sobrevivientes de la violencia que presionan para conseguir mejores servicios sociales, de vivienda y médicos que les ayuden a recuperarse; a los abogados que se ocupan de defenderlas en causas penales o civiles; a los periodistas que informan de cuestiones relacionadas con la violencia contra las mujeres y a las organizaciones de los derechos de las mujeres que presionan para conseguir cambios en las leyes y las políticas. Los Estados están obligados a cumplir el derecho internacional, y la incorporación de referencias a él en las comunicaciones y en el material de captación de apoyos pueden ayudar a conseguir que las autoridades se tomen las demandas de cambio más en serio (Amnistía Internacional, 2004, pp. 18).

Radhika Coomaraswamy, primera relatora especial de la Comisión de Derechos Humanos sobre la violencia contra la mujer, ha señalado que el marco jurídico necesario para acabar

con la violencia contra las mujeres está disponible. El problema es que quienes tienen el poder de garantizar tal transformación en la vida de las mujeres no están haciendo nada. Es preciso desafiarlos, presionarlos y estimularlos para que cumplan con su obligación en la práctica. (Coomaraswamy, 2003)

Para terminar, es necesario presentar unos lineamientos dados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en la Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, hecha en 1994. En esta se estipula que los Estados deben aplicar por todos los medios apropiados y sin demora una política encaminada a eliminar la violencia contra la mujer; para lo cual deberán:

- a) Considerar la posibilidad, cuando aún no lo hayan hecho, de ratificar la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, de adherirse a ella o de retirar sus reservas a esa Convención;
- b) Abstenerse de practicar la violencia contra la mujer;
- c) Proceder con la debida diligencia a fin de prevenir, investigar y, conforme a la legislación nacional, castigar todo acto de violencia contra la mujer, ya se trate de actos perpetrados por el Estado o por particulares;
- e) Considerar la posibilidad de elaborar planes de acción nacionales para promover la protección de la mujer contra toda forma de violencia o incluir disposiciones con ese fin en los planes existentes, teniendo en cuenta, según proceda, la cooperación que puedan proporcionar las organizaciones no gubernamentales, especialmente las que se ocupan de la cuestión de la violencia contra la mujer;
- f) Elaborar, con carácter general, enfoques de tipo preventivo y todas las medidas de índole jurídica, política, administrativa y cultural que puedan fomentar la protección de la mujer contra toda forma de violencia, y evitar eficazmente la reincidencia en la victimización de la mujer como consecuencia de leyes, prácticas de aplicación de la ley y otras intervenciones que no tengan en cuenta la discriminación contra la mujer;
- g) Esforzarse por garantizar, en la mayor medida posible a la luz de los recursos de que dispongan y, cuando sea necesario, dentro del marco de la cooperación internacional, que las mujeres objeto de violencia y, cuando corresponda, sus hijos, dispongan de asistencia especializada, como servicios de rehabilitación, ayuda para el cuidado y manutención de los niños, tratamiento, asesoramiento, servicios, instalaciones y programas sociales y de salud, así como estructuras de apoyo y, asimismo, adoptar todas las demás medidas adecuadas para fomentar su seguridad y rehabilitación física y psicológica;
- h) Consignar en los presupuestos del Estado los recursos adecuados para sus actividades relacionadas con la eliminación de la violencia contra la mujer;
- i) Adoptar medidas para que las autoridades encargadas de hacer cumplir la ley y los funcionarios que han de aplicar las políticas de prevención, investigación y castigo de la violencia contra la mujer reciban una formación que los sensibilice respecto de las necesidades de la mujer;

- j) Adoptar todas las medidas apropiadas, especialmente en el sector de la educación, para modificar las pautas sociales y culturales de comportamiento del hombre y de la mujer y eliminar los prejuicios y las prácticas consuetudinarias o de otra índole basadas en la idea de la inferioridad o la superioridad de uno de los sexos y en la atribución de papeles estereotipados al hombre y a la mujer;
- k) Promover la investigación, recoger datos y compilar estadísticas, especialmente en lo concerniente a la violencia en el hogar, relacionadas con la frecuencia de las distintas formas de violencia contra la mujer, y fomentar las investigaciones sobre las causas, la naturaleza, la gravedad y las consecuencias de esta violencia, así como sobre la eficacia de las medidas aplicadas para impedir la y reparar sus efectos; se deberán publicar esas estadísticas, así como las conclusiones de las investigaciones;
- l) Adoptar medidas orientadas a eliminar la violencia contra las mujeres especialmente vulnerables;
- m) Incluir, en los informes que se presenten en virtud de los instrumentos pertinentes de las Naciones Unidas relativos a los derechos humanos, información acerca de la violencia contra la mujer y las medidas adoptadas para poner en práctica la presente Declaración;
- n) Promover la elaboración de directrices adecuadas para ayudar a aplicar los principios enunciados en la presente Declaración;
- o) Reconocer el importante papel que desempeñan en todo el mundo el movimiento en pro de la mujer y las organizaciones no gubernamentales en la tarea de despertar la conciencia acerca del problema de la violencia contra la mujer y aliviar dicho problema;
- p) Facilitar y promover la labor del movimiento en pro de la mujer y las organizaciones no gubernamentales, y cooperar con ellos en los planos local, nacional y regional;
- q) Alentar a las organizaciones intergubernamentales regionales a las que pertenezcan a que incluyan en sus programas, según convenga, la eliminación de la violencia contra la mujer. (UNIFEM, 1994, p. 3-4)

1.10.1. Caminos jurídicos en Colombia sobre la violencia contra la mujer

La sanción de la criminalidad en casos que anteriormente se consideraban meras faltas ayuda a garantizar que no se trata la violencia como una norma social aceptable y puede servir como medida de disuasión cuando los agresores se dan cuenta de que serán castigados (UNIFEM, 2003, p. 5).

Según el texto “*Violencias cruzadas. Informe derechos de las mujeres. 2005*”, en Colombia es difícil poder establecer la magnitud real de las mujeres maltratadas en su hogar debido a que el registro que presentan las denuncias, en las diferentes instituciones, es limitada, y esto se suma a la precariedad de los sistemas de información existentes. No obstante, los datos con los que se cuenta son necesarios para dar cuenta de que las posibilidades de las mujeres colombianas, para encontrar justicia cuando han sido víctimas

de violencia intrafamiliar, son mínimas; ni la política pública, ni la tipificación de esta conducta como delito han logrado decrecer la dinámica de esta violencia.

En 1995, el Estado colombiano mediante la ratificación de la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer y su incorporación a la legislación nacional con la Ley 248 de este mismo año, se comprometió a garantizar la investigación y recopilación de estadísticas y demás información pertinente sobre las causas, consecuencias y frecuencia de la violencia contra la mujer, con el fin de evaluar la eficacia de las medidas para prevenir, sancionar y aplicar los cambios que sean necesarios (Red Nacional de mujeres, 2005, p. 12).

La problemática de violencia intrafamiliar en Colombia, ha transitado en los últimos años por diversos caminos jurídicos que van desde su penalización para casos de violencia física, psicológica y sexual, la investigación oficiosa por parte del Estado y la imposición de medidas de protección por la autoridad judicial contemplado todo esto en la Ley 294 de 1996. Y llegan hasta la atribución a las comisarías de familia de la competencia jurisdiccional para dictar medidas de protección a la víctima, la investigación solamente en casos de denuncia y la consecuente posibilidad de conciliación y desistimiento, la imposición de medidas de protección por autoridad administrativa y la exclusión de la violencia sexual como modalidad de violencia intrafamiliar, todo estipulado en la reforma parcial de la ley 294 de 1996 en la Ley 575 del año 2000 (Red Nacional de mujeres, 2005, p.13).

Igualmente, apareció la Ley 882 en el 2004 por medio de la cual se modificaba el artículo 229 de la Ley 599 de 2000, donde se eliminó a la violencia sexual como elemento constitutivo de la violencia intrafamiliar. En este sentido, las reformas a los Códigos Penal y de Procedimiento han introducido paulatinos recortes a las posibilidades de “hacer justicia” para las mujeres en los delitos de los cuales son las principales víctimas.

De acuerdo con el panorama legislativo, en la actualidad el delito de violencia intrafamiliar se encuentra fraccionado en cuanto a las autoridades de conocimiento, entre las que se cuentan autoridades administrativas y jurisdicción civil y penal. Por su parte, el código de Procedimiento Penal de 2000 (Ley 600) exigió la querrela de parte como requisito para iniciar la investigación y el

nuevo Código de Procedimiento Penal (Ley 906 de 2004) conservó este requisito. En este sentido, según la legislación colombiana, cuando el delito requiere una denuncia, es también posible el desistimiento de la misma por parte de la persona denunciante. Igualmente, agregó como requisito de procesabilidad de la acción penal la realización de audiencia de conciliación. (Red Nacional de Mujeres, 2005, pp. 13)

En cuanto a la sanción del delito de violencia contra la mujer, el Código Penal en lo estipulado en la Ley 599 de 2000, se aumentó el máximo de la pena estipulado en dos años, a tres. Después, la ley 890 de 2004, al aumentar penas para todos los delitos, instauró como mínimo de la pena por violencia intrafamiliar, 1 año aumentado en una tercera parte, es decir un año y cuatro meses y una pena máxima de 3 años aumentados a la mitad, es decir cuatros años y seis meses. Pero es importante tener en cuenta, en este punto que según el Código Penal en su artículo 38, en los casos en que la pena por el delito sea menor de 5 años, este acusado, tendrá el beneficio de excarcelación, lo cual también aplica para la persona hallada responsable del delito de violencia intrafamiliar (Red Nacional de mujeres, 2005, p. 14).

La modificación sustancial en el procedimiento penal en el país, a través del sistema acusatorio, comenzó a ser implementada a partir de enero de 2005 en los departamentos Cundinamarca, Caldas, Quindío y Risaralda, por tanto no es posible todavía establecer un balance en cuanto a las consecuencias de su aplicación para las colombianas. El principio de oportunidad y la tendencia a priorizar la justicia conciliada son algunas de las principales estrategias hacia el propósito de descongestionar la administración de justicia y en ambos casos, las mujeres pueden tener afectaciones específicas negativas.

En cuanto al principio de oportunidad según el cual los/as fiscales de conocimiento tienen la facultad de decidir, de acuerdo con unos criterios generales, cuáles delitos investigan y cuáles no, en lo relativo a delitos que involucran violencia contra la mujer, existe el temor de que dado el imaginario cultural de nuestros/as operadores/as de justicia que se expresa en una alta tolerancia a estos delitos, tomados por lo general como conductas socialmente aceptables, cada vez tendrán menos posibilidades de judicialización por aplicación del principio de oportunidad. (Fernández y Giraldo, 2006, p. 26)

En Colombia, aunque las leyes existentes referentes a proteger a la mujer, son muy avanzadas y contemplan la abolición de toda clase de discriminación, existe una ineficacia y una actitud despreocupada respecto a este tema de violencia contra la mujer. En el caso de la violencia intrafamiliar, por ejemplo “la sanción impuesta al agresor no modifica su

forma de relación, sus actitudes frente al uso de la violencia, con una mujer a quien considera de su propiedad” (Uribe y Sánchez. 2000, p. 52).

1.11. La denuncia de los hechos por las víctimas del maltrato

Las mujeres toleran relaciones extremadamente dañinas y muchas no vislumbran otro tipo de convivencia debido, entre otras cosas, a lo siguiente: a) la internacionalización de valores sociales según los cuales la subordinación femenina es algo "natural"; b) la aceptación de normas culturales que regulan la vida en pareja y los roles de esposa y madre; c) la idealización de la familia y del matrimonio, y d) las presiones sociales que las llevan a cumplir con los mandatos culturales dominantes (Rico, 1992).

En el libro “*Violencia de Géneros: un problema de derechos humanos*”, se plantea que la denuncia por parte de las mujeres de las agresiones y maltratos, de las que son víctimas en el hogar, es un fenómeno nuevo que obedece, por una parte, a la creación de instituciones en las que pueden solicitar ayuda policial y legal y por otra, a la mayor conciencia de las mujeres de sus derechos como personas y ciudadanas. Aunque las denuncias son cada vez más comunes aún no corresponden a la realidad; en general las víctimas no solicitan intervención legal por motivos inhibidores tales como el temor a ser responsabilizadas de la disolución de su familia, el miedo a represalias por parte del esposo, la vergüenza de verse expuestas públicamente, así como porque no se sienten respaldadas por las instancias policiales y jurídicas que las mujeres no perciben como 25 eficaces (Rico, 1996, p. 25).

En una publicación de la ONU, llamada “*Rights Talk and the Experience of Law: Implementing Women’s Human Rights to Protection from Violence*”, Human Rights Quarterly, algunos analistas señalan que el fenómeno de las mujeres que retiran las denuncias impuestas hacia el agresor, se debe a su falta de confianza en el sistema de justicia y a su incapacidad para procurarse una vida para ellas y sus hijos lejos de la situación de violencia. Es así, que quienes trabajan en el sistema de justicia deben ser conscientes de las dificultades que se les plantean a las mujeres y prestarles el debido apoyo a fin de que sepan que tienen una alternativa efectiva a la vida en un hogar violento y pueden tomar medidas para empezar una vida nueva, con seguridad y dignidad. La cuestión que ha de plantearse no es por qué la mujer sigue con su maltratador, sino qué opciones

tiene; no es por qué el hombre continúa maltratándola, sino por qué no lo ponen a disposición judicial (Sally Engel Merry, 2003).

También se presenta la paradoja de que las mujeres suelen culparse por desencadenar los episodios violentos, debido a que las normas culturales les indican que son las responsables de garantizar el funcionamiento armónico del grupo familiar, por lo que deben hacer mayores sacrificios y cualquier falla o trasgresión puede dar lugar a un castigo.

Aunque las mujeres agredidas por su esposo / compañero buscan refugio temporal con familiares o con el Estado, para inducir la disminución de los actos violentos, regresan después de un periodo de tiempo generalmente muy breve, a vivir con el agresor. Los estudios de Pollack concluyen que ciertas políticas de corto plazo, como por ejemplo la reacción autoritaria de la policía frente a las quejas por violencia en el hogar pueden disminuir su probabilidad de ocurrencia y de paso reducir la incidencia de violencia del compañero íntimo en las futuras generaciones (Pollack, citado en Fernandez y Giraldo, 2006, p. 19).

La legitimación social de la violencia como forma de relacionarse entre los individuos, su aceptación cultural como medio de educación y corrección, la percepción de que esta es un asunto privado que le incumbe únicamente a los miembros de la familia por lo que denunciar un caso de violencia intrafamiliar implica una intromisión y violación a los límites de la familia, son barreras culturales de denuncia y registro, compartidas por el grueso de la sociedad. En lo individual se identifican como barreras de denuncia y registro: el temor fundado en las amenazas del victimario, la vergüenza, la codependencia afectiva o económica con el agresor, la falta de conocimientos sobre las instancias encargadas de atender los casos de violencia intrafamiliar establecidas por la ley, el desconocimiento de sus derechos y la desconfianza en la justicia.

Según lo estipulado en el “*Proyecto de ampliación del observatorio de violencia*” de la Alcaldía Mayor de Bogotá, a diferencia de la violencia hacia el menor, los otros casos de violencia intrafamiliar son delitos querrelables, es decir que la víctima tiene la facultad de retirar la denuncia. Este es el caso de la violencia hacia la mujer, en donde en muchas ocasiones la codependencia afectiva y económica, imposibilita que ella denuncie y pueda salir de ese núcleo de violencia, dejándole como alternativa, la resignación y aceptación de las agresiones de las que es víctima (Fernández y Giraldo, 2006, p. 83).

En Colombia, en la visita que realizó la relatora especial de las Naciones Unidas, en el año 2002, constató la invisibilidad de la violencia contra las mujeres en el espacio doméstico diciendo que en este país se seguía considerando a la violencia como una cuestión privada, por lo que no se solían hacer efectivas las denuncias de los sucesos violentos ocurridos al interior de un hogar, por esto no se lograba determinar el alcance total del problema. Además, afirmó que según la información recibida por la Comisión interamericana de Derechos Humanos, eran menos de la mitad las mujeres maltratadas que buscaban ayuda y sólo el 9% ellas presentaban una denuncia formal ante las autoridades (Coomaraswamy, citada en Red Nacional de mujeres, 2005, p. 16).

La Encuesta Nacional de Demografía y Salud 2005 mostró que solo el 24% de las 14,156 mujeres que declararon haber sufrido de violencia en el hogar en Colombia acudió a alguna institución a demandar o a buscar ayuda, cifra similar a la encontrada en Bogotá D.C. que fue del 22%. Las razones para no demandar al agresor o no buscar ayuda o consejo fueron: Daños no fueron serios 27.3 %. Puede resolverlo sola 21.0%. Miedo a mas agresión 12.3%. Cree que no vuelve a ocurrir 11.1%. Es parte de la vida (normal) 10.5%. No desea dañar al agresor 8.8%. Miedo a separación 4.7%. Siente que merece abuso 4%. Vergüenza / Humillación 4.1%. No sabe donde ir 3.7%. No cree en la Justicia 2.9%. Experiencia negativa con denuncia 0.4%. Otras 13.3%. (Fernandez y Giraldo, 2006, pp. 83)

Para el año 2005, el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, evaluó 37.666, es decir el 61.2% de casos por denuncias relacionadas con violencia de pareja. Durante el año 2004, las lesiones por maltrato de pareja que, oportunamente fueron denunciadas y dictaminadas por el Instituto ascendieron a 31.659; para el año de 2005, se dictaminaron 37.660 casos, determinándose que el aumento de los casos puede estar relacionado con las denuncias hechas oportunamente y que la diferencia que se presentó entre los años 2004 y 2005 es de 6.001 casos, es decir el 19,0%. El maltrato de pareja, a partir de la información dada por las víctimas a la institución, se presentaba por el mal manejo de sus conflictos y crisis, con una tensión no definida con claridad que terminaba en caos familiar. Los meses en que más alta era la ocurrencia de los casos de violencia, eran el enero con 3.717, es decir un 9.8%; febrero con 3.364, es decir un 8.9%; y mayo con 3.255 casos, es decir un 8.6% (Medicina Legal, 2005, p. 25).

En conclusión, se debe decir que comúnmente, las estadísticas sobre agresiones, atentados y criminalidad se basan en el número de denuncias que son mínimas en comparación con la

magnitud real del problema. Estos problemas de subregistro se observan en todos los sistemas de información como lo demuestra el estudio de Restrepo y Cuellar hecho en el año 2005, según el cual la Policía tiene serias falencias en el registro de los delitos, lo que resulta grave, si se tiene en cuenta que esta institución recibe entre el 70% y el 75% de las denuncias. Eso soportado en el hecho de que el número de delitos se mantiene constante durante 2 décadas, que el número de delitos registrados por la policía es mínimo al compararse con el número de delitos que llegan al sistema penal, e incluso al contrastarse con el porcentaje de delitos registrados en otros países con menores índices de criminalidad (Restrepo y Cuellar, citado en Red Nacional de mujeres, 2005, p. 17).

Adicionalmente, las sobrevivientes de la violencia, particularmente de la violencia contra las mujeres en el ámbito familiar a menudo siguen estando expuestas a sufrir los abusos de su pareja. Y es habitual pensar que la violencia contra las mujeres es culpa de ellas por decidir quedarse con su pareja a pesar de ser violenta.

2. CAPÍTULO II: LA PUBLICIDAD COMO UNA HERRAMIENTA QUE TRASCIENDE LO COMERCIAL

2.1. Influencia social de la publicidad

Actualmente la publicidad está presente en todos los ámbitos de la sociedad, parece haber invadido hasta el último rincón de la vida del hombre. Sin embargo, no resulta imposible imaginar la sociedad actual sin la existencia de la publicidad, lo cual demuestra que su importancia y su influencia a nivel social no radican solamente en su presencia. Por el contrario, la publicidad no es trascendental socialmente por aquello que muestra, sino por todo lo que no permite ver a simple vista, por sus contenidos y mensajes implícitos.

Al igual que los medios de comunicación social ejercen una enorme influencia en todas partes, como en la familia, el trabajo, el Estado, etc., así mismo la publicidad, que se usa en estos medios como vehículo, posee una poderosa fuerza de persuasión, modeladora de actitudes y comportamientos en el mundo de hoy. En la sociedad, la publicidad tiene un profundo impacto en cómo las personas entienden la vida, el mundo y a sí mismas, especialmente en relación a sus valores y sus modos de elección y comportamiento. La publicidad ha llegado a espacios que habitualmente estaban destinados a otros fines, se ha constituido como una parte más de la sociedad, representa un sistema económico establecido, es el modo de hacer públicos asuntos de interés colectivo, es una industria que en ocasiones se convierte en autoridad, es un punto de referencia y el reflejo de la sociedad actual. Por lo tanto, todos aquellos aspectos implícitos y casi invisibles, conforman el carácter social de la publicidad.

No sólo existen muchos medios y técnicas diferentes empleados en la publicidad; la publicidad misma se da en modos variados y diversos: publicidad comercial de productos y servicios; publicidad de servicios públicos en nombre de varias instituciones, programas y causas comunes; y la publicidad política en interés de partidos y candidatos. Pero, la publicidad no sólo vende productos y servicios, por el contrario, “en el interior de los

anuncios se elogian o condenan determinados estilos de vida, se fomentan o silencian ideologías, se convence a las personas de la utilidad social de ciertos hábitos y ciertas conductas y se vende un oasis de ensueño, de euforia y de perfección” (Lomas, 1996, p. 27); en ese sentido cada mensaje comunica formas de ver el mundo, modas, imágenes, conceptos, estereotipos, sentimientos, valores e ideales que son asumidos e interpretados de forma positiva o negativa, por la sociedad y el individuo que los recibe.

Es importante destacar que paralelamente a los objetivos de consumo que tiene la publicidad, existe también el objetivo de generar un cambio social, es decir que ésta además de actuar como un agente socializador también actúa como agente educador; de tal manera que debe trabajar sus estrategias con objetivos de comportamiento. La publicidad no solamente refleja las actitudes y valores de la cultura que nos rodea. Sin duda, la publicidad, como los medios de comunicación social en general, actúa como un espejo. Pero también, como los medios en general, es un espejo que ayuda a dar forma a la realidad que refleja y, algunas veces, ofrece una imagen de la misma deformada. De manera que se convierte en autoridad y guía de conductas sociales, básicamente porque sin recurrir a órdenes directas influye en áreas a las que intencionalmente no busca influir y asume sin proponérselo parte de la labor que normalmente corresponde a instituciones sociales como la Iglesia, el Estado, la escuela o la familia. Esto sucede en la medida en que transmite valores, creencias y estilos de vida que son asumidos socialmente de forma positiva.

Así mismo, los efectos sociales de la publicidad generalmente son relacionados con cambios que a simple vista parecieran ser producto de la misma, como las modas y los estilos de vida; pero los verdaderos cambios sociales son más profundos e implican aunque sea en pequeña medida un movimiento en las estructuras de la sociedad. Pero en tanto “la publicidad ejerce una coacción persuasiva sobre las creencias y sobre las conductas de las personas contribuyendo a conformar su hábitos sociales y sus modos de estar en el seno de las sociedades actuales” (Lomas, 1996, pp. 41) adquiere el poder de estimular deseos y por lo tanto de promover una sociedad distinta.

En otras palabras, la publicidad transmite ciertos contenidos, ideas y conceptos relacionados con un producto, pero aún cuando la intencionalidad básica de un mensaje publicitario es vender, implícitamente está comunicando otros aspectos de la sociedad. Esto sucede porque durante el proceso de realización del mensaje, el publicista hace uso de sus conocimientos personales y de los elementos que la cultura en que se encuentra le brinda para ejercer su trabajo, como cualquier otro profesional. “La publicidad opera con elementos sociales y si de algo se nutre su eficacia es de esos valores y anhelos colectivos, presentes tanto en el momento de su decodificación como su producción” (Sánchez, 1992, p. 21); en ese sentido, los mensajes publicitarios transmiten a la sociedad conceptos producidos e inspirados por ella misma.

La responsabilidad social de la publicidad por lo tanto, también se centra en los contenidos de sus mensajes, puesto que con estos pretende afectar de una u otra forma la vida de las personas a las que se dirige, de manera que debe ser consciente de lo que dice y de lo que espera por parte de sus receptores.

Igualmente, la publicidad tiene un indirecto pero fuerte impacto en la sociedad a través de su influencia sobre los medios. Por su parte los publicitarios buscan, naturalmente, conseguir una audiencia específica; y los medios esforzándose en proporcionársela, deben determinar su contenido para conseguir atraer el tipo de público de la medida y composición demográfica deseadas por el publicista. Esta dependencia económica de los medios y el poder que confiere sobre los publicistas, sobrelleva serias responsabilidades para ambos.

Pero además, la publicidad posee una ventaja sobre los demás tipos de comunicación que pasan por los medios masivos, pues trabaja a partir de la repetición. Su carácter persuasivo y repetitivo logra que un mismo comercial sea transmitido al mismo tiempo por varios canales de televisión durante un largo periodo de tiempo y con varias repeticiones al día; de esta forma un mensaje publicitario puede llegar a tener alto alcance y una capacidad de impacto y recordación casi mayor que la de cualquier otra comunicación. Este poder es

percibido como un potencial peligroso puesto que la información es un instrumento que puede ser empleado con diferentes intereses, por lo cual la publicidad adquiere una alta responsabilidad social basada en lo que dice y transmite, en sus contenidos e intencionalidades, de ahí que su función social está muy ligada a la ética profesional de los publicistas.

Las conciencias responsables y bien formadas de los mismos profesionales de la publicidad son los indispensables garantes de una conducta éticamente correcta en la industria publicitaria: conciencias sensibles a sus obligaciones, que no se limitan a servir los intereses de aquellos que comisionan y financian su trabajo, sino que también respetan y apoyan los derechos e intereses de su público con objeto de servir al bien común. (Ciudad del Vaticano, 1997)

La publicidad tiene una responsabilidad social que recae sobre sus contenidos y su poder de persuasión social, lo cual demuestra que lo social no puede separarse de lo comercial, porque incluso la publicidad con intereses exclusivamente comerciales debe asumir una función social. Y por lo tanto, como cualquier otra profesión la publicidad tiene un carácter social, de tal forma que al analizar su influencia e importancia en la sociedad, se debe considerar que el deber y la responsabilidad de los publicistas están planteados no sólo en la autorregulación y en la preocupación por aquello que los mensajes publicitarios están comunicando, sino también en tener conciencia del potencial de su trabajo para así aplicarlo en proyectos que aporten más allá de lo estrictamente comercial.

2.2. La función educativa de la publicidad

Una constante educación de los consumidores para que deseen productos de los que nunca habían oído hablar, es tan esencial para el funcionamiento de nuestra economía como el adecuado suministro de energía eléctrica y la abundancia de materias primas. Al alentar estas apetencias y deseos, aumenta el desarrollo de nuestra economía y se consigue alcanzar un mejor nivel de vida. La publicidad, por tanto, sirve para educar en dos sentidos. Educa al fabricante en cuanto a las necesidades y deseos del consumidor...y contribuye a elevar el nivel de vida. Educa al consumidor en cuanto a los méritos de los diferentes productos...y ayuda a sí al que gasta dinero a hacerlo más cuerdamente (Brit, citado en Aspillaga, p. 98).

Paralelamente a esta capacidad social modeladora de la publicidad, encontramos otra de las funciones que ella cumple: La de educar. Hernán Salamanca, afirma que esta función se basa en la capacidad pedagógica de la comunicación, bien sea como mediadora para el

intercambio simbólico, o como portadora de insumos útiles para la construcción de nuevos saberes o como portadora de elementos culturales que permitan a los interlocutores trascender de la información a la formación.

Pero, si bien la publicidad comparte características propias de la educación como la técnica de la repetición, la ilustración de cosas nuevas, la utilización de obras de arte o lugares geográficos la promoción de lo bello, etc.; su principal intención no había sido la de educar, aunque con el transcurrir del tiempo esto esté cambiando, y hoy la publicidad se ha convertido o actuado de modo más intenso e intencional como un factor complementario de la actividad educativa. De esta manera, se puede afirmar que la publicidad tiene también la capacidad de generar efectos cognitivos y de distribuirlos socialmente. Por lo tanto, puede favorecer el intercambio de saberes que, sustentados en una buena circulación de información, ayudan a comprender la realidad y a construir nuevos saberes (Salamanca, 2002).

Su carácter persuasivo y repetitivo logra que un mismo comercial sea transmitido al mismo tiempo por varios canales de televisión durante un largo periodo de tiempo y con varias repeticiones al día; de esta forma un mensaje publicitario puede llegar a tener alto alcance y una capacidad de impacto y recordación casi mayor que la de cualquier otra comunicación que sin ser su prioridad ayuda a fortalecer visiones de mundo que posibilitan la acción para la movilización en la audiencia, de hecho nuestro primer contacto o el único con muchas realidades nos ha llegado por medio de ella como lugares alejados geográficamente, saberes ajenos a nuestro ámbito profesional, etc.

Aunque la publicidad carece de la intencionalidad de educar, lo que puede aportar en este ámbito, sin proponérselo, es un estímulo educativo cuando, a través de un anuncio, además de intentar vender, enseña a sus consumidores la forma de usar determinado producto, la manera de encontrar satisfacción a sus deseos consumiendo cierta marca, favoreciendo el ejercicio de la libertad en la decisión de compra, o bien a realizar una acción o adquirir

destreza en el plano del quehacer técnico o simplemente cómo hacer parte del estilo de vida que está de moda.

La publicidad propone personajes que reúnen las características ideales que el sistema reconoce y sustenta: el receptor se siente volcado a imitarlo o a seguirlo. Cada anuncio es, por tanto, una especie de viaje interior a nosotros mismos. Viéndolo o leyéndolo, solemos enfrentar nuestros valores concretos de ciudadanos con esos ciudadanos ideales que son los modelos publicitarios. Y de esa confrontación va a resultar una transformación de actitudes y de hábitos. (Pérez, citado en Rodríguez, 1988)

Considerando que la publicidad tiene esta posibilidad pedagógica, sin intención, y de que a nivel global existe esta necesidad, pertenece a la ética de la misma ser utilizada de modo que contribuya a resolver los problemas más apremiantes de la sociedad. Para ello los publicistas deben cobrar conciencia de que por encima de sus intereses particulares económicos debe estar el desarrollo de la comunidad en la que se hallan insertos. A largo plazo además esto es reconocido por los consumidores. El publicitario puede colaborar muy directamente en el establecimiento de una sociedad más humana: puede educar en actitudes sociales y cívicas, en el respeto a la naturaleza, en lo bueno y en lo bello.

La publicidad es análoga a la docencia. El maestro trata de ejercer una influencia sobre la mente de los alumnos, despertando primeramente su atención e interés hacia el tema que desea inculcarle, y sugiriendo luego medios arbitrarios por medio de los cuales queden grabados en su memoria los hechos y cifras pertinentes. Como el maestro, el experto en publicidad intenta también ejercer influencia, pero sobre la mente de su público, al llamarle la atención exponiendo su mensaje y al concentrar la percepción popular en virtudes y ventaja de los productos objeto de su publicidad. La repetición juega un papel importante en lo que se refiere a prestar ayuda al público para que asimile inconscientemente diversos puntos relacionados con el producto, entre ellos el de impresionar indeleblemente en su memoria el nombre del mismo (Gill, citado en Aspillada, 1990, p. 97).

Cabe subrayar que las empresas de publicidad y publicistas, por medio de ésta pueden servir de verdad al sujeto reconociendo y valorando su dignidad humana o pueden utilizarla para sus fines comerciales instrumentalizándola y, por ello, violando su valor intrínseco y trascendente. En definitiva, no existe la posibilidad de una publicidad éticamente neutra o aséptica, sino que siempre estará comprometida en el desarrollo o la destrucción de la persona humana (Vannev, 2003, p. 27).

Y finalmente, siguiendo el concepto desarrollado por Carmela Aspíllaga, en su libro “La capacidad educativa de la publicidad”, se podría definir a la publicidad educativa como “la vertiente informativa, que permite a la publicidad colaborar en la tarea de “hacer saber”” y más específicamente “la acción informativa que directamente se ordena a servir, en forma remunerada, a los propósitos de venta de productos o servicios y que, indirectamente, intenta ayudar a la persona a lograr el propio perfeccionamiento” (Aspillada, citado en Vanney, 2003, p. 27).

2.3. El papel de la publicidad en la satisfacción de las necesidades y cambios sociales

Últimamente, el mundo cambia cada cinco años: Cambian las modas, cambian las técnicas y cambian las mentalidades. Y si nosotros no cambiamos al mismo ritmo, estamos pasados de moda, aviejados y arrugados. Pero no es a los hombres de la publicidad a quienes debo decirles que su actividad profesional, la más dinámica por definición y por necesidad, no puede permitirse el lujo de quedarse arrugada y quedarse atrás (Ancizar, 1968, p. 7).

En nuestro país, es de conocimiento común que las necesidades y problemáticas de tipo social son innumerables, es increíble observar que aún cuando muchas de estas falencias son de tal gravedad que requieren de una solución inmediata, la sociedad en general se ha ido acostumbrando a dicha realidad, y permanece inmutable sin oponerse a estas, ni hacer mayor esfuerzo por superarlas. Esto debido al desconocimiento de las causas y consecuencias de estas dificultades y ante todo a una actitud conformista y de resignación frente a los mismos. Es en este punto neurálgico para un país donde la comunicación se presenta como una manera de recordar a la sociedad su realidad y motivarla para actuar frente a los problemas; y por lo tanto, la publicidad es la mejor herramienta de recordación y de persuasión social frente a las necesidades y problemáticas sociales, pues en la medida en que la sociedad sea consciente de su realidad es posible que se encamine a la acción.

Como lo dice Alberto Ancizar en su libro, “*La publicidad y el cambio social*”: “La publicidad está sumergida en la vida humana y la vida social. Está sumergida como quien está nadando en un río. El río se mueve y tiene tendencia a llevarse consigo en su cambio a todo aquél que esté sumergido en sus aguas. La vida cambia y el cambio social tiene

tendencia a llevarse todo qué que esté sumergido en el río de la vida” (Ancizar, 1968, p. 7). Es así como todo el que exista y viva debe coexistir con el cambio, lo quiera o no; pero en el caso de la publicidad y el cambio social, esa coexistencia se transforma en convivencia, es decir una relación mano a mano, con el fin de que cuando la sociedad avance, codo a codo debe hacerlo también la publicidad.

Todos los seres humanos debemos obedecer y satisfacer necesidades básicas, como sujetos vivos que somos, entre estos se encuentran el alimento, el vestido, la salud, la vivienda, etc.; todas estas necesidades son también llamadas primarias, debido a que su complacencia es vital para el bienestar y la supervivencia de una persona. Pero encadenadas a estas necesidades básicas, se encuentran unas de menor importancia vital pero de gran relevancia simbólica para una vida realizada, que son las secundarias, donde se encuentran las de reconocimiento, estatus, seguridad, identidad, reputación, etc. Es así como las necesidades primarias y secundarias, en conjunto se pueden solventar por medio del consumo de productos que proporcionan lo esencial, pero que tienen como valor agregado ciertos beneficios intangibles a la marca. Como cuando compramos un auto marca Volvo, donde no sólo compramos una gran máquina automotriz sino que también compramos la sensación de seguridad.

La mayoría de personas conocen la función beneficiosa de la publicidad al propiciar esa rueda del bienestar económico, promoviendo el consumo de artículos, y llegando a un mayor número de personas quienes tendrán a su disposición productos que antes no creía necesitar. “Si nuestras mujercitas humildes, esas que vemos caminando a lo largo de nuestras carreteras, hoy se peinan mejor, y se lavan mejor, y se visten mejor, es porque la publicidad les ha enseñado el qué y el cómo de los productos que hay en el mercado nacional para que ellas y sus hijos puedan vivir mejor” (Ancizar, 1968, p. 8). Es así como lo que se usa y lo que se hace, hoy mejor que ayer, es consecuencia de lo se oye y se ve gracias a la publicidad.

La publicidad se presenta como una herramienta eficaz para la satisfacción de esas necesidades, ofreciendo productos tangibles que no se quedan tan sólo en la prestación de

un uso específico, por y para lo que fue creado por su fabricante, sino que además ofrece un beneficio intangible representado en el valor para quien los adquiere. Es por esto que la publicidad puede vender felicidad, éxito, jerarquía, libertad, confort, etc. Pero, al igual que lo hace Ancizar en su libro, debemos preguntarnos si peinarse mejor, lavarse mejor y vestirse mejor, es o no es un verdadero cambio social. Según el autor, sí son cambios, ya que son positivos y son signos de mayor bienestar. Además, con estos la publicidad no sólo ha proporcionado cosas sino que han desarrollado hábitos.

La publicidad, entonces, como se dijo anteriormente, no sólo vende productos, sino sobre todo actitudes, valores y comportamientos. Los publicistas seleccionan los valores y actitudes a ser fomentados y alentados; mientras promocionan unos ignoran otros. Ambas cosas son verdad; pero también es cierto que para animar a la compra de un producto, éste suele asociarse a la satisfacción de otro tipo de necesidad humana básica, como el deseo de seguridad, los impulsos sexuales, la necesidad de amor, el deseo de comodidad y lujo, el vértigo de las sensaciones nuevas, el capricho, el prestigio o el poder. Para ello se acude a representaciones simbólicas que, en la lectura del anuncio, llevan a identificar el producto con otras realidades.

Pero depende del contenido de estas representaciones la contribución del mundo publicitario a la construcción o destrucción de los valores sociales que generen un cambio. Es así como los medios, entre ellos la publicidad, pueden asumir el desafío de ser innegables provocadores sociales. Pues provocar es llamar hacia delante, avanzar, atiborrando el hoy de mensajes que contribuyan a imaginar nuevas perspectivas.

3. CAPITULO III: LA PUBLICIDAD DE BIEN PÚBLICO: UNA VENTANA AL CAMBIO SOCIAL

3.1. Publicidad y Bien Público

Si la publicidad es necesaria y, no obstante, representa un desperdicio cuantioso para la comunidad, es precioso encontrar la manera de que su utilidad pública se acreciente de tal modo que los residuos de toda campaña sean contabilizados como un beneficio social y no como despilfarro. Si aparte de incrementar las ventas, la publicidad logra mejorar a los compradores, educando el gusto, fortaleciendo actitudes sociales, creando hábitos de convivencia, etc., el desperdicio publicitario vendría a ser inversión en educación y la comunidad un receptor de beneficios. (Navarro, 1971, pp.242)

En la medida en que se pretende encasillar esta propuesta campaña dentro de lo que se conoce como publicidad de bien público, es preciso partir de lo más básico, es decir, de su conceptualización. En primer lugar, se encuentra la palabra publicidad, la cual como lo dice García Ruescas (1969, p. 33-34), es un conjunto de medios que llevan al cliente hacia un producto. La publicidad se presenta como una herramienta de comunicación, de tipo persuasivo, cuyo último propósito es inducir al público a que efectúe una acción de compra, o que asuma una actitud positiva en relación con el hecho o idea que le interesa. Y en segundo lugar, aparecen dos palabras bien y público, que en determinado contexto pueden ser entendidas como un mismo concepto, es decir, el Bien Público.

Cuando se habla de lo público aparece otro concepto que se contrapone al primero, lo privado. Por ello surgió de los pensadores románticos una nueva manera de entender la distinción entre lo público y lo privado, en la que lo público supone tanto el Estado como la sociedad civil, mientras que lo privado constituye el ámbito personal o íntimo. Fue así como durante el siglo XIX el Estado mantuvo su importancia como agente constructor de lo público, lo cual sumado al desarrollo de la sociedad de masas permitió que el concepto se planteara como algo completamente concerniente al pueblo y a los asuntos colectivos. Pero, en el siglo XX esta definición va más allá de la noción de lo público como lo político o propio del Estado, y se soporta en lo propuesto por Jürgen Habermas al decir que lo

público constituye un espacio de acción concertada de la ciudadanía donde se debaten temas de interés común (Habermas, citado en Sáenz, 2004, p. 2).

Lo público es lo común a todos, lo colectivo. Generalmente se asocia con las actividades estatales y de la administración pública, pero no sólo se refiere a los actores políticos sino que implica a todo el conjunto de actores que influyen en las bases sociales y culturales colectivas. Como Habermas y muchos otros han mencionado, la salud de una sociedad depende de la existencia de un ámbito público rico en espacios de discusión, con amplia participación y con participación de calidad. No es sólo la cantidad de la participación sino también la calidad de la participación lo determinante (Habermas, citado en Sáenz, 2004, p. 3). Espacios de amplia participación, donde finalmente las ideas se impongan poderosamente o echando mano de algún otro mecanismo no racional, no contribuyen a afianzar la puesta en común de intereses que atañan a toda una sociedad. Lo público es un espacio o lugar conjunto donde converjan todos los sectores de una sociedad.

El bien público por lo tanto, es aquel bienestar común ideal de toda una sociedad. Es la permanente búsqueda de la igualdad y la equidad que compromete a todos los sectores de la sociedad, aún cuando durante siglos ha sido promovido por el accionar del Estado.

Actualmente, el bien público no se asume como exclusivo de la dimensión estatal y es perseguido también por la ciudadanía en su totalidad. El bien público se está transformando en una dimensión social de exhibición discursiva mediática de posiciones privadas que se quieren hacer valer públicamente y para eso requieren del acuerdo plebiscitario del público (Gómez, citado en Sáenz, 2004, p. 3). Para procurar el bien público cada uno de estos actores se vale de estrategias y programas dirigidos a la solución de problemáticas sociales específicas, que pretenden modificar aquellas ideas y comportamientos que al ser expuestos al debate abierto de la opinión pública resultan evidentemente negativos y por ende son perjudiciales para la construcción de lo público. El bien público no antecede a la labor de personas a la vez distintas e iguales. Es a partir de relaciones y prácticas sociales que adquieren significado las nociones de libertad, poder, justicia, democracia. Son los

discursos y prácticas cotidianas en torno a objetivos comunes los que construyen diaria y cotidianamente representaciones colectivas, intersubjetivamente compartidas.

Al ser los problemas coyunturales de una sociedad donde se forja el bien público, es menester de los actores que intervienen en cada uno de los procesos, facilitar la creación de lugares comunes, y aquí entra la publicidad como el espejo donde estos problemas se reflejan. La razón primordial por la cual la publicidad se ve severamente relacionada con el tema del bien público es su capacidad de hacer visibles socialmente situaciones que hasta el momento eran desconocidas, pues “la publicidad eleva a la categoría de público lo que sin ella sería difuso o inexistente” (Caro, 1994, p.28).

En esa medida, la publicidad de bien público es un agente que tergiversa los conceptos de privado y público ya que los une. Primero, incorporando lo público a todos y cada uno de los individuos que reciben un mensaje publicitario, en la comodidad de su hogar mientras ven televisión, escuchan su emisora favorita o simplemente leen una revista, logrando persuadirlos y generando cambios de actitudes, de valores, de percepciones, etc., en la inmediatez de su privacidad.

Por ejemplo, cuando se implementó y se puso en marcha la campaña de “Derechos convertidos en Hechos” del ministerio de Protección Social, uno de sus ejes era el de “Sexo Oral” entendido como el derecho a hablar de sexo, responsablemente, con la pareja antes de hacerlo. Frente a esto se generó una polémica cuando los televidentes exigían sacar del aire el comercial por emitir conceptos casi pornográficos que no podían explicar a sus hijos. Con esto se evidencia la capacidad que tiene un mensaje publicitario de acceder a espacios como el hogar donde es menester de los padres tratar estos temas con sus hijos, y que “la comunicación es capaz de llevar el interés público hacia ciertos temas y de promover la introducción de dichos temas en la agenda de la ciudadanía” (Salamanca y Benitez, citado en Niño, 2005, p. 38). Aquí la problemática de salud sexual y reproductiva entra a convertirse en un tema obligado de conversación entre los padres y sus hijos, el tema trasciende espacios y enlaza una problemática social pública con una responsabilidad educativa de la familia.

Y segundo, porque convierte en opinión pública temas y sucesos que tienen su raíz en el interior de un individuo, de una institución o de una sociedad; logrando con esto la introducción de ciertos temas que la ciudadanía en general no conocía. La publicidad es un instrumento de información colectiva, un factor de interacción y de encuentro que tiene el poder potencial de orientar la opinión pública hacia determinados temas haciendo que se consideren importantes.

Entonces, es viable afirmar que la razón de base por la cual se ha denominado publicidad de bien público a este tipo de publicidad, está relacionada con lo que busca lograr. Pretende generar cambios para el desarrollo social, lo cual la hace de interés público, en la medida que trabaja por modificar pensamientos, conductas, percepciones y acciones inadecuadas que no se adaptan al esquema del bien común y que no garantiza el bienestar colectivo. Además, tiene el poder para hacer notorios contenidos en los medios masivos de comunicación por medio de los cuales transmite mensajes que se convierten de interés y de valor para toda una comunidad.

3.2. Publicidad de bien público: pensar en el bienestar colectivo

La publicidad de bien público es la propagación de mensajes cuyo fin último es lograr una mejor calidad de vida, utilizando técnicas publicitarias y medios de difusión, creando conciencia y modificando conductas a través de la formación, cambio o refuerzo de una actitud de la sociedad” (Caro, 1997, p. 11)

En los medios masivos de comunicación nos topamos diariamente con publicidad que nos persuade a comprar un champú anticaspa o uno con sábila o uno con extracto activo de frutas; pero también encontramos publicidad que nos advierte de los peligros de tener sexo sin condón, de lo perjudicial de consumir alcohol o drogas, etc.; es así como se puede afirmar que la publicidad no se dedica tan sólo a vender productos o servicios sino que también existen aquellas preocupadas por problemas, valores, ideas, actitudes o pensamientos de la comunidad. Este tipo de publicidad que pretende influir en las formas de vida y en la visión del mundo de las personas, recibe el nombre de publicidad de bien público. “Las campañas de bien público son, entonces, un tipo específico de anuncios

publicitarios. Apelan a la función informativa y educativa de la publicidad. Siempre con un claro sentido social” (Ministerio de educación, ciencia y tecnología, 2003, p. 2).

Durante muchos años se pensó que las problemáticas que más afectaban a la humanidad tenían su origen en la escasez de información. La autopista de la información en la que vivimos, demostró, sin embargo, que cuestiones como la pobreza, la superpoblación, el analfabetismo, el calentamiento global, la violencia, la discriminación, o las enfermedades no dependen exclusivamente de la falta de conocimiento. Con frecuencia, lo que se necesita es sensibilizar, o bien, transmitir esa información de otra manera. Aquí es donde la publicidad de bien público, tienen mucho por hacer. Esta publicidad cumple una función importante cuando se trata de consolidar valores, promover ideas, prevenir problemas o llevar adelante soluciones. Se trata de una forma de comunicación breve y concisa, de tono persuasivo y con frecuencia muy emotiva.

Se trata en cambio, de transmitir una idea, de sensibilizar acerca de ella y de generar una opinión y una conciencia respecto de este tema. Explorando algunas dimensiones, podremos pensar en el cómo y sensibilizar a una comunidad para instalar esta idea en su vida cotidiana. Y es este el más grande desafío para la sociedad actual, debido a que por una realidad violenta y caótica la esperanza ha venido a depositarse en pensar que la humanidad pueda ser mejor. La historia del ser humano se ha mostrado siempre como una beligerante, pero esa misma historia está llamada a ser reescrita por nuevos elementos formadores y que promuevan un cambio positivo. Un nuevo elemento puede ser la publicidad, si hace uso de su potencial social más allá del comercial.

Las personas parecieran haberse convertido en observadores pasivos de su propia realidad cuando no están siendo tocados por alguna problemática que aqueja a otros. ¿No se podría pensar en la posibilidad de emitir algún tipo de mensaje que despertara el compromiso humano y la capacidad de ponerse en los zapatos del otro para finalmente lograr una movilización y concientización alrededor algún tema apremiante?

El descubrimiento del otro implica naturalmente que sea consiente de mi propia existencia; por lo tanto el mensaje debe partir de un descubrimiento personal, es decir quiénes somos. Sólo entonces, es posible realmente ponerse en el lugar de los demás y comprender sus

reacciones. Pensar en el otro requiere cómo se conoce popularmente, ponerse en los zapatos del otro, es decir de otros grupos étnicos, políticos, religiosos y sociales. De esta manera la publicidad de bien público puede aportar un mensaje por el respeto y la integración del individuo y de la sociedad.

“La publicidad, al ampliar el horizonte mental de los públicos, se constituye en un elemento más para el cambio social: informa y orienta acerca de la realidad y expresa los valores, actitudes, comportamientos, etc. , que se dan en esa realidad” (Morín y Ferrer, 1984, p. 20), es decir que tiene la capacidad de mostrar la realidad de distintas formas, así puede presentar un problema desde múltiples y diferentes puntos de vista, lo que permite a las personas tener un ángulo de visión más amplio y nuevo sobre algo que probablemente ya conocían.

El mensaje de esta publicidad de bien público, por lo tanto, debe tener una doble tarea, “mostrar y enseñar la diversidad de la especie humana y contribuir a una toma de conciencia de las semejanzas y la esencial interdependencia entre todos los seres humanos” (Ministerio de educación, ciencia y tecnología, 2003, p. 3). Usualmente estos mensajes son emitidos o respaldados por algún tipo de organización sin ánimo de lucro, o entidades públicas y del Estado que se abanderan alguna causa o problemática social y trabajan activamente desde su investidura. Ellos utilizan la publicidad de bien público como herramienta de comunicación, ya sea para lograr sus fines, algunas veces comerciales, cuando se habla de fondos para subsidiar alguna causa; otras veces, tan sólo la tarea de difundir y hacer notoria una situación es suficiente.

Por el hecho de la que publicidad siempre haya sido concebida como una herramienta de valor de cambio, lo que la publicidad de bien público pretende “vender” aquí es una idea, una causa, una percepción, una actitud, una reacción, etc. Aquí el producto tangible se transforma en un bien intangible susceptible de aceptación o compra por parte una audiencia específica. Es por lo anterior que la publicidad puede inscribirse en el campo de la educación cuando influye positiva o negativamente; en la medida en que “incide de alguna manera en la línea de pensamiento, del conocimiento, de las ideas y opiniones que

las persona se forman sobre un sinnúmero de cosas, ya que crea y modifica hábitos, actitudes y juicios valorativos” (Aspillaga, 1990, p. 165).

3.2.1. Principales características de la publicidad de bien público.

“Aunque hay muchos problemas conviene tener presente que para ser resueltos implican un profundo cambio social en ideas, actitudes y creencias; en suma, un cambio en la forma en que los individuos y sociedades asumen sus vidas y ven los problemas que les conciernen. Para tal efecto es preciso actuar en las instancias facilitadoras del cambio social, de modo que en tiempos futuros, nuestro país, como muchos otros, logre resolver gran parte de todas sus dificultades, naturalmente que con el compromiso real de todos” (Muñoz, 2001, p. 40).

La publicidad de bien público pretende actuar sobre una inclinación, una condición, un comportamiento o una conducta que el público meta tiene con respecto a un tema. Al ser modificadas sus formas de mundo, de alguna forma generan cambios a nivel individual y por ende a nivel social; en ese sentido, el mensaje debe enfocarse a uno de estos aspectos dependiendo de lo que requiera la problemática y de lo que arroje una investigación previa. Por tal razón, para afectar directamente a los individuos, los mensajes de bien público deben presentarle la realidad de una forma novedosa e impactante que los motive a actuar, o que por lo menos los cuestione; puede ser un mensaje breve, pero contundente y preciso, que hable de la idea y que le hable a los destinatarios, con fundamento y, sobre todo, con conocimiento. Es de esta manera que la publicidad puede llegar a generar conciencia colectiva frente a algún tema.

Para que este mensaje pueda generar cambios favorables, debe afectar al sujeto desde su interior, es decir, que debe alterar su manera de pensar, sus actitudes y comportamientos.

Un pensamiento es la información o el conjunto de conocimientos que el individuo tiene con respecto al tema o problemática social y que le pueden servir de argumentos para ejecutar un comportamiento. Una actitud es una predisposición, un profundo convencimiento o una posición con la que se asume el tema, la cual se puede ver relacionada con el factor cultural y se refleja en pensamientos y sentimientos. Y por último, un comportamiento o conducta es una acción que se puede observar en el individuo en relación a la problemática social, como un hábito o una determinada manera de actuar frente al problema” (Niño, 2005, p.74).

Estos factores afectados por los mensajes emitidos de bien público, deben haber sido provocados intencionalmente, ya que la intencionalidad en la acción publicitaria de influir a una persona humana es suficiente para considerarla como educativa, y la facultad de educar,

como se vio anteriormente, es suficiente para generar un grado de conciencia, cambio y movilización en torno a una problemática social.

Pero para que este mensaje sea efectivo, se debe crear partiendo de la investigación y el conocimiento exhaustivo del público que será receptor del mensaje de este tipo de publicidad, debido a que de esto depende el éxito del asumir el mensaje tal y como se espera. Como todos no somos iguales, cada quien tiene la posibilidad de percibir algo diferente de los demás. La publicidad de bien público debe contemplar el que su mensaje sea reticente al rechazo de cierto tipo de sujetos o comunidades, ya sea por su cultura, forma de vida, religión, etc.

Los tópicos sobre los cuales trabaja la publicidad de bien público son diversos y generalmente se suelen insertar en alguna problemática social. Entre este tipo de temas se encuentran la protección y conservación del medio ambiente; con campañas dirigidas a buscar el ahorro de agua, la disminución de la contaminación, la preservación de energía, la defensa de especies en vía de extinción; la prevención de la salud; con campañas que pretenden disminuir enfermedades como el sida (campaña “NO te mueras de amor” del Ministerio de Protección Social) y el cáncer, y acciones como el aborto o la maternidad temprana; las problemáticas de tipo educativo con campañas buscan disminuir el analfabetismo, la violencia, el bajo rendimiento escolar, deserción escolar; la prevención y control del consumo y tráfico de sustancias perjudiciales para la salud, con campañas que intentan concienciar acerca de las consecuencias de la drogadicción, el alcoholismo (ejemplificada en la campaña “Entregue las llaves” de la Alcaldía mayor de Bogotá, que une además una pretensión cívica al evitar accidentes de tránsito), el tabaquismo; incluyendo otros temas como la violencia, la pobreza, el desempleo, etc. Es así como las temáticas con las que la publicidad de bien público puede tratar son bastantes, como el número de problemas que aquejan a un mundo que siempre vive en un constante aprendizaje en busca de un cambio social.

Otra característica en la publicidad de bien público es la implicación de que el target al cual dirige el mensaje realice un cambio, como la modificación de una conducta inadecuada;

pero esto no siempre resulta ser fácil, pues las formas de ver el mundo para quien recibe un mensaje de bien público deben ser preconcebidas, de haber recibido correctamente el mensaje de la publicidad a la que estuvo expuesto.

Es así como la publicidad de bien público debe prever todos y cada uno de los posibles obstáculos a los que se puede enfrentar el público objetivo a la hora de recibir este tipo de mensajes. Ya sea porque los mensajes no tenían la información completa, en cuanto a la temática o problemática que se estaba tratando, a la intención del mensaje, al grupo al que se tenía que dirigir, entre otros limitantes que no dejan fluir permanentemente la relación que debe existir entre lo que se busca comunicar y lo comunicado.

Finalmente, cabe mencionar que todos y cada uno de los seres humanos están en la facultad y derecho de comunicar cualquier tipo de contenido y mensaje publicitario. En este caso de publicidad de bien público, los anunciantes suelen ser instituciones y organizaciones del Estado, que funcionan como un garante del mensaje y de la problemática que se está tratando. Las organizaciones que usualmente actúan desde este tipo de publicidad son las sin ánimo de lucro pues tienen como objetivo luchar por dar una visibilidad a problemas coyunturales a partir de diferentes mecanismos comunicacionales, entre ellos la publicidad de bien público.

3.2.2. Ejemplo de publicidad de bien público en Bogotá: Campaña “NO TE CALLES NI EN LA CASA NI EN LA CALLE”

Con las acciones de hermanamiento realizadas entre las campañas “Alerta Rojo-Violeta Vive. Compromiso social contra la violación”, la campaña “Lazo Blanco. Hombres por la no violencia contra las mujeres” (ACNUR), y la movilización de los 16 días de activismo por la no violencia contra las mujeres de la campaña “Ciudades más seguras para las mujeres” de UNIFEM, se dispuso en Bogotá de todos los mecanismo para hacer frente a las violencias contra las mujeres.

El mes de noviembre se concentró la acción y movilización de la ciudadanía para fortalecer a las mujeres, promover la denuncia y atender este flagelo. Cerca de 1.800 personas,

especialmente de la comunidad educativa, compartieron una reflexión sobre las prácticas familiares y culturales que han invisibilizado históricamente las voces de las mujeres víctimas de violencia sexual, con la obra de teatro “*A la sombra del Volcán...*”. La mirada de ciudadanos y ciudadanas que participaron del Concurso de Fotografía “*Con lente de género*” puso a circular en una exposición itinerante imágenes sobre la sutileza de la violencia y la posibilidad de habitar y disfrutar la ciudad plenamente. Así mismo, mediante Cine Foros locales, se han incentivado acciones de prevención alrededor de las violencias, a partir del empoderamiento de los derechos de las mujeres, el análisis crítico de los roles de género y los mitos alrededor de las violencias.

Durante tres días, cerca de 400 mujeres y hombres, enriquecieron los debates sobre los sesgos que han afectado el ejercicio de la justicia para las mujeres y las alternativas propuestas, en el “*Ier Congreso Internacional de Violencias contra las Mujeres y Justicia de Género*”. Se contó con las experiencias de las invitadas de España, Puerto Rico, Ecuador y Perú. Este escenario además fue testigo de la presentación ante el Congreso de la República del Proyecto de Ley sobre Prevención de Violencias contra las Mujeres, hecho significativo para el avance en materia legislativa en el país, impulsada por organizaciones de mujeres, entidades distritales, nacionales y la comunidad internacional. El programa de Justicia de Género, de la Política Pública de Mujer y Géneros hizo parte de la comisión redactora del proyecto que se propuso avanzar en la tipificación del acoso sexual como un delito, tener en cuenta el feminicidio como un agravante ante los delitos de homicidio, considerar la inasistencia alimentaria como una demanda no querellable, entre otras.

En las localidades, las mujeres decidieron romper el silencio mediante la estrategia “*No te calles, ni en la casa ni en la calle*”. Se identificaron los lugares inseguros o de alto riesgo de agresión o violencia sexual incentivando la denuncia y promoviendo la protección solidaria. Se han instalado en total 53 símbolos para resignificar los sitios que presentan mayor riesgo tales como potreros, callejones, terrenos abandonados, caños, entre otros, en las localidades de Bosa, Candelaria, Santa fe, Suba y Ciudad Bolívar, promovidas desde las Casas de Igualdad de Oportunidades. El compromiso de las 20 Alcaldías Locales ha sido fundamental para promover acciones simbólicas como la “*Silbatina Ciudadana*”, dando a conocer la Ruta de Atención a Víctimas de Violencia Sexual mediante tarjetas pedagógicas

“Muévete por tus derechos” e invitando al uso del silbato como estrategia de protección frente a las violencias en el espacio público y en el privado.

4. CAPITULO IV: LA PROPUESTA, UNA MIRADA DIFERENTE

4.1.Revisión de fuentes secundarias

Las principales fuentes de las cuales fue pertinente tomar información relacionada con la problemática de violencia contra la mujer, son los estudios e informes realizados por instituciones como la Asociación Probienestar de la Familia Colombiana, Profamilia y del Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. Juntas, estas organizaciones presentan a partir de su trabajo, estadísticas, como las ya mencionadas anteriormente, en el desarrollo de este trabajo. Unidas a estas también se encuentran la Organización de las Naciones Unidas, ONU y el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, UNIFEM.

Profamilia, en su encuesta nacional de demografía y salud del año 2005, presentó ciertos resultados de características generales donde se encontró inmersa la problemática de violencia contra la mujer. Estos resultados se suman a las estadísticas dadas, anteriormente, que compete directamente con lo encontrado en el tema de violencia contra la mujer, en el subtítulo nombrado, Estadísticas del sector salud.

En cuanto a la *composición de los hogares*, visto como el marco donde se evidencia la violencia física contra la mujer por parte de su compañero o pareja, se tiene que de acuerdo a la jefatura y el tamaño del hogar, una característica de los hogares, es la feminización de la jefatura de los hogares. En 1995, una cuarta parte de los jefes del hogar eran mujeres, en el 2000 el 28%, mientras que en el 2005 la proporción subió al 30%. En Bogotá, el foco territorial de acción de esta estrategia de comunicación, el 31.3% de los hogares tiene como jefe de hogar a una mujer. Igualmente, en el último quinquenio aumentaron los hogares con 2 y 3 personas, en tanto que permanecen iguales los que tienen 1, 4 y 5 personas y disminuyen a los de 6 y más.

En cuanto a la *distribución de la población por edad, sexo y zona de residencia*, se tiene que el 31 % de la población total es menor de 15 años; la población de 15 a 64 es de 62%,

mientras que los adultos mayores representan el 7%. A esto se suma que el índice de masculinidad en el país es de 91 hombres por cada 100 mujeres, habiendo en la zona urbana más mujeres que hombres con un 54% a un 86% respectivamente.

Ahora, respecto de *la condición de residencia de los hijos*, uno de los temas mayormente citados por las mujeres maltratadas, como impedimento para denunciar al maltratador, al no poder ofrecer una buena condición a sus hijos, se tiene que, el 58% viven con ambos padres, el 30% solamente con la madre, 3% solamente con el padre y 8% no vive con ninguno de los dos. De aquellos que viven solo con la madre, 88% tienen el padre vivo y de los que viven solo con el papá, 87% tienen la madre viva. Con relación al año 2000, los niños que viven con ambos padre disminuyeron de 61% a 58%, en tanto que los que viven solos con la madre pasaron de 27 a 30%, los que viven únicamente con el papá permanecen igual con el 3% al igual que los que no viven con ninguno de los dos, con un 8%. Los departamentos donde el número de niños que viven con sus dos padres son Boyacá, Atlántico, Cundinamarca, Vaupés, Santander, Nariño y Bogota. En Bogotá, el niño que viven con ambos padres es del 61.2%; el niño que vive con la madre y no con el padre que tiene padre vivo es de 28.5%; y el niño que vive con el padre y que tiene la madre viva es del 2.9%.

En cuanto a los *tipo de familias*, contexto privado donde se enmarca este flagelo de la violencia física contra las mujeres. Del total de hogares investigados por Profamilia, hay 8% de hogares unipersonales, 36% de hogares nucleares completos (entendidos como donde están los dos padres más sus hijos), 11% de hogares nucleares incompletos (donde falta uno de los padres), 7% de parejas, jóvenes o viejas, sin hijos en el hogar. Con relación a 1995, se observó una disminución de 6 puntos porcentuales en los hogares nucleares, que se compensan con un aumento de 2 puntos porcentuales en los hogares unipersonales y de 4 puntos en los porcentuales de familias extensas (el o la jefe sin cónyuge vive con sus hijos solteros y otros parientes). La familia nuclear completa es la que más disminuye, al bajar de 43 a 36%. En Bogotá, la familia nuclear completa tiene un porcentaje del 36.9, y la familia nuclear incompleta tiene el 13.3%.

En cuanto *al nivel educativo por sexo*, una de las razones de la subordinación de la mujer por pensarse que esta última nació para cuidar a sus hijos y para arreglar la casa, y no para estudiar, se tiene que la mediana de años de educación de las mujeres es de 5.3 años, contra 4.9 de los hombre, esto se debe a que las mujeres han completado más la secundaria y la educación superior. *Según la edad y el sexo*, la mujer entre los 20 y 24 años de edad que hizo la primaria completa fue del 9.4%, la que hizo secundaria completa fue de 32.2% y una educación superior fue del 30%; la mujer entre los 25 y 29 que hizo primaria completa fue el 11.7%, secundaria completa 28% y estudios superiores 27.7%; la mujer entre los 30 y 34 que hizo primaria completa fue de 15.8%, secundaria completa, 25.2% y estudios superiores 20.7%; la mujer entre los 35 y 39 años de edad que hizo la primaria completa fue el 17.6%, la secundaria completa fue el 21.6% y estudios superiores completos fue el 18.6%; la mujer con edad entre los 40 y 44 que hizo educación primaria completa es el 18%, secundaria completa es el 18.5% y estudios superiores el 16.3%; la mujer entre los 45 y 49 años que hizo la primaria completa fue 20.4%, la secundaria el 14.4% y los estudios superiores el 14.9%. La mujer entre los 50 y 54 años que hizo la educación primaria completa fue el 20.9%, la secundaria completa fue el 11.0% y los estudios superiores, el 13.6%. Las mujeres entre los 55 y 59 años que hicieron la primaria completa fueron el 22.5%, secundaria completa, el 8.4% y estudios superiores, el 8.8%.

Entrando ahora en los resultados de las *características generales de las mujeres*, grupo objetivo de esta estrategia de comunicación, la encuesta realizada arrojó interesantes estadísticas.

Entre las características de las mujeres encuestadas resultó que las solteras son la tercera parte del total, las casadas la quinta parte, la tercera parte viven en unión libre, el 15% son separadas o divorciadas y 1% viudas. En Bogotá el número de mujeres es de 6.686 de las cuales 2.368 fueron entrevistadas, y de estas últimas con edades entre 20 y 49, tienen 10 años más de educación que las de las zonas rurales. En cuanto a la ocupación de las mujeres en Colombia, se tiene que el grupo ocupacional con mayor número de mujeres en todos los grupos de edad o residencia, es el de ventas (comercio formal o informal) y servicios con un 8%. Le sigue el de oficinistas con un 10% y el de profesionales con un 9%. Las mujeres

que más trabajan en ventas son las más jóvenes (menores de 25 años) o las de más edad (40 y más años). Las oficinistas son, en su mayoría, mujeres entre los 20 y 34 años de edad. Después de los 24 años entre el 14 y 12 % son profesionales. Bogotá, tiene una proporción del 12% de mujeres profesionales por debajo de Guanía con un 16%, Amazonas, con un 15%, y Casanare con un 13%.

En cuanto a la *administración del salario y las decisiones sobre el hogar*, PROFAMILIA, decidió medir el estatus y el grado de autonomía de la mujer, en cuanto a su participación en las decisiones en el hogar. Respecto de este tópico resultó que entre las mujeres que reciben dinero por su trabajo, 9 de cada 10 deciden ellas mismas qué hacer con el dinero que ganan, 9% decide junto con otras persona(s) y el 1% no tiene autonomía de decisión. La proporción de gastos en el hogar que cubren las entrevistadas es importante, ya que cubre todo y 35% la mitad o más de los gastos; el 19% gasta menos de la mitad en el hogar y 27% casi nada. Mientras que las mujeres jóvenes no aportan nada o casi nada de su salario a los gastos del hogar, las que tienen que gastar todo o la mitad de lo que ganan, son mayores de 30 años y aumentan con la edad. Entre las que más tiene que gastar en el hogar todo lo que ganan se encuentran las viudas y las separadas, con mayor número de hijos o la de la zona rural.

En lo relacionado con el control *de ingresos para la contribución a gastos específicos del hogar*, es interesante observar que aunque las trabajadoras estén en unión, 82% controlan por sí solas cómo gastar su salario; el 16% lo hace junto con el esposo o compañero; y el 1% deja que el esposo decida. Respecto a las decisiones específicas sobre el hogar, el 74% de las trabajadoras que están en unión toman todas las decisiones sobre su propia salud y sobre los alimentos que se deben cocinar cada día. Cerca de la mitad comparte con el esposo sobre las grandes compras. La proporción de las que deciden sobre su salud aumenta de 65% en el 2000 al 74% en el 2005.

4.1.1. Tendencias

Las inferencias presentadas a continuación son resultado de las estadísticas e investigaciones que se han propuesto a lo largo de este trabajo, más las recientemente expuestas, en el subtítulo anterior a este.

- ❖ Las mujeres que sufren más la violencia física son las mayores de 30 años, las viudas o separadas, las residentes en el área urbana, en Bogotá, en los antiguos territorios Nacionales y en la región Oriental del país.
- ❖ Las mujeres que tienen educación superior tienen el porcentaje más bajo de violencia física por parte del esposo o compañero (31%). Es decir que cuando las mujeres tienen una autonomía y formación son más renuentes a actos violentos contra su persona.
- ❖ Las amenazas por parte del esposo o compañero son más frecuentes entre las mujeres mayores de 30 años, entre las que estuvieron anteriormente unidas o casadas, en el área urbana, en Bogotá y entre los niveles más bajos de educación.
- ❖ La mayoría de las mujeres (85%) que han sido objeto de agresión física por parte de su esposo o compañero, ha sufrido de secuelas físicas o psicológicas como consecuencia de la golpiza.
- ❖ Las mujeres más jóvenes, que viven en unión libre, en el área rural, de la región Central y con menor nivel de educación, acuden en menores proporciones a un médico o a un centro de salud que las mujeres jóvenes del área urbana y con mayor nivel de educación.
- ❖ Las mujeres que menos responden agresivamente a su esposo, luego de ser agredidas físicamente por el mismo, son las mayores de 40 años, las casadas, las de

área rural, las que viven en los antiguos Territorios Nacionales y las que no tienen educación.

- ❖ El lugar al que más frecuentemente acuden las mujeres a denunciar, los casos de violencia física, son las inspecciones de policía.
- ❖ La mujer maltratada no denuncia porque cree que puede resolver el problema ella sola y porque piensa que los daños causados no fueron muy serios.
- ❖ Las mujeres urbanas tienen 5 años de estudio más que las de las zonas rurales.
- ❖ Con relación a las Encuesta Nacional de Demografía y Salud de PROFAMILIA, del año 2000 se observa una disminución de los porcentajes de solteras, casadas y viudas, y un aumento en la unión libre y en las separaciones de uniones. “Esta tendencia se viene observando desde hace por lo menos 25 años” (Profamilia, 2005, 65)
- ❖ En comparación con la encuesta de PROFAMILIA del 2000, todos los grupos de mujeres menores de 35 años se están reduciendo en número, y los grupos de mujeres mayores de 40 años son un poco mayores.
- ❖ Las mujeres más pobres tienen 6.5 años menos de educación que las que tienen riqueza.
- ❖ En cualquiera de las categorías que se analizaron, ya sea de edad o residencia, al menos 9 de cada 10 mujeres, saben leer.
- ❖ Las mujeres que más trabajan en Colombia son las mujeres separadas.
- ❖ Las mujeres que más trabajan en ventas son las más jóvenes, menores de 25 años, o las de más edad, de 40 y más años.

- ❖ Respecto de la ocupación de las mujeres, las oficinistas son, en su mayoría, mujeres entre los 20 y 34 años de edad.
- ❖ El porcentaje de abuelas o parientes cercanos y las empleadas domésticas que cuidan los niños cuando la sale la madre aumenta con el nivel de educación de las madres, mientras en todos los otros casos las proporciones aumentan cuando disminuye la educación.
- ❖ Quienes más deciden sobre los ingresos y la contribución sobre los gastos del hogar, por sí mismas, son las mujeres solteras y separadas, menores de 25 años y sin hijos.
- ❖ Las mujeres que tienen que gastar todo o la mitad de lo que ganan, son las mayores de 30 años y aumenta con la edad.
- ❖ Las mujeres que más tienen que gastar en el hogar todo lo que ganan se encuentran las viudas y las separadas, con mayor número de hijos o la de la zona rural.
- ❖ En la zona urbana las mujeres pueden decidir sobre cualquier asunto mientras que en la rural no, excepto sobre los alimentos a cocinar cada día.

4.2.Público Objetivo

4.2.1. Factores Geográficos

El grupo objetivo se ubicará en Colombia, en la ciudad de Bogotá.

4.2.2. Factores demográficos

El grupo objetivo estará compuesto por:

- **Sexo:** Mujeres

- **Edad:** Entre 30 y 50 años
- **Ciclo de vida:** Madres y esposas. Tienen una familia nuclear conformada por su esposo, su(s) hijo(s) y ella.
- **Ocupación:** Ama de casa o empleada.
- **Ingresos:** Entre 1 y 3 salarios mínimos mensuales.
- **Nivel de educación:** Primaria y secundaria y/o carrera técnica.

4.2.3. Factores psicográficos

- **Clase Social:** Media baja y media.
- **Estrato social:** 2 y 3
- **Estilo de vida:** Este se determina basado en las dimensiones AIO, es decir Actividades, Intereses y Opiniones.

Sus *actividades* en el día comienzan muy temprano; se levanta a eso de las 5:30 a.m. para arreglarse, hacer el desayuno para su familia y arreglar a sus hijos para que se vayan al colegio; si trabaja, deja desde por la mañana los quehaceres listos de la casa; Como la mayoría de estas mujeres no trabaja, entonces empieza a arreglar la casa cuando ya se han ido los demás integrantes de la familia; y mientras realiza esos oficios, el televisor o la radio la acompañan, usualmente. Durante el día disfruta viendo novelas por la televisión. Compra lo necesario para el sustento diario de su familia, en la tienda de su barrio o en algún supermercado cercano, con lo que su esposo o compañero le deje cada día; le gusta comprar legumbres y vegetales que ella pueda escoger. Es una mujer que cree que comprar lo más económico es ahorrar, no le presta mucha atención a las marcas.

Sus *intereses* son su familia, las telenovelas, y la farándula y el entretenimiento. Para las mujeres que trabajan, sus intereses también son su familia, su trabajo, los chismes, pero además la ropa, su presentación personal, y la actualidad nacional.

Sus *opiniones* respecto de sí misma, la mujer que no trabaja piensa que debe ser una buena madre y esposa, que debe cumplir con los quehaceres de su casa, que su lugar es el hogar y no una oficina, que debe apoyar incondicionalmente a su esposo e hijos, que debe atenderlos, y garantizar su bienestar. La mujer que trabaja piensa que con su trabajo puede aportar mayores beneficios económicos para su familia, que es una persona responsable y orgullosa de ser madre y trabajadora al mismo tiempo.

- **Personalidad y autoconcepto:** El ama de casa es una mujer con una autoestima moderada, que no confía en sus capacidades más allá del hogar. Es una mujer con moderada autonomía en las cuestiones de su hogar y con cero autonomía en temas de dinero. Tanto la que trabaja como la que no, son mujeres muy sociables y amables con las personas a su alrededor. Les gusta ir al mercado o la tienda para poder relacionarse y hablar con otras mujeres.

4.2.4. Factores psicológicos

- **Motivación:** La mujer trabajadora como el ama de casa es una mujer que busca satisfacer su necesidad de estima, por lo que se esmera en la satisfacción de las necesidades de su familia para ser reconocida por su labor ama de casa.
- **Creencias y actitudes:** Cree que el trabajo de ser ama de casa es el más gratificante para su familia; que su esposo tiene la autoridad necesaria para llevar las riendas de la familia; que ella se encarga de las cosas de la casa mientras su esposo debe trabajar. Si es una mujer que trabaja, cree que debe aportar una parte considerable de su sueldo para sostener los gastos de la casa igual que su esposo o compañero; se siente en capacidad de ser una buena madre y esposa al igual que una excelente empleada; prefiere adquirir un producto bueno y moderadamente caro a uno malo y económico.

4.3. Objetivo general de la estrategia de comunicación

Persuadir a la mujer víctima del maltrato físico en su hogar, por parte de su esposo o compañero, de que la violencia es un delito y una transgresión de los derechos humanos de la mujer.

4.4. Objetivos específicos

- Informar a la mujer maltratada la existencia de instituciones nacionales e internacionales que amparan leyes y normativas que castigan el maltrato contra la mujer.
- Comunicar las leyes colombianas que amparan los derechos de la mujer y castigan la violencia física.
- Cambiar la mentalidad de las mujeres que piensan que el amor que le tiene a su esposo o compañero es suficiente para soportar una situación de maltrato físico.
- Generar un cambio de mentalidad de las mujeres que piensan que la práctica de violencia física es normal en un hogar.
- Reducir el miedo que sienten las mujeres en los momentos posteriores a la denuncia.

4.5. Ruta Crítica: ¿Qué se ha hecho en publicidad de bien público sobre violencia contra la mujer?

En Bogotá, el año 2006 fue el año declarado como el año distrital de la no violencia contra las mujeres. En el año 2004, se implementó la campaña *Alerta Rojo Violeta Vive*, una movilización social hacia la erradicación de las violencias de género. Esta campaña formaba parte del Proyecto marco “Institucionalización del Plan de Igualdad de Oportunidades para las mujeres” y del área Violencias de Género.

La campaña era una alerta para que Bogotá despertara y se movilizara solidariamente contra la violación. El nombre de la campaña, era rojo porque pondría a la ciudad en emergencia asociada a la calamidad pública que constituye la invisibilidad, la impunidad y las dimensiones y repercusiones del delito de violación en la vida de las supervivientes que fueron vejadas, sus familias y la sociedad. Era violeta, para identificar que son las mujeres de todas las edades sobre quienes recae esta amenaza, para que cada mujer se reconozca en el dolor de cada Violeta a quien le fueron arrebatados los derechos sobre su cuerpo y para que mujeres y hombres unamos las voces para declarar que no toleramos la violación y nos comprometemos a garantizar los derechos de todas las violetas sobre sus cuerpos.



FIGURA N° 1. Plegable de la campaña Alerta Rojo, Violeta Vive. Primero vemos la portada; luego, el cuerpo del mensaje; y finalmente la parte posterior del documento.

La campaña tenía como contenido central hacer visible la magnitud y gravedad del delito de violación y generar reacciones inmediatas de gobernabilidad y corresponsabilidad frente a la violación sexual contra las mujeres, las jóvenes y las niñas, una de las principales demandas de parte de las mujeres, las organizaciones de mujeres y las comunidades. La necesidad de respuestas ha evidenciado los obstáculos institucionales y los problemas para la atención frente al delito.

El objetivo de la campaña era establecer acciones conjuntas entre las distintas instituciones y de éstas con las comunidades y organizaciones de mujeres para: 1) hacer visible la dimensión del problema; 2) impulsar y garantizar la restitución del derecho a la integridad personal a las mujeres vejadas por el delito de violación, y 3) promover procesos orientados a la prevención personal y colectiva del delito de violación sexual

La formulación, el desarrollo, el seguimiento y la evaluación de sus propósitos, sus contenidos, sus avances y sus logros estarán orientados por una perspectiva de proceso.

Una síntesis del pensamiento que sustentaba esta campaña se expresaba en el proyecto marco de la [Política Pública de Mujer y Géneros](#). Comprendía las acciones y procesos que permitieran formular, poner en marcha, hacer seguimiento y evaluar el Plan de Igualdad de Oportunidades de género de que trata el Acuerdo 091 de 2004 del Concejo de Bogotá; desarrollar la política de mujer y géneros consagrada en el Acuerdo 119 de 2004 aprobado por el Consejo de Bogotá; contribuir al cumplimiento de la normatividad distrital, nacional e internacional que reconoce los derechos de las mujeres como derechos humanos; conferir valor a las historias individuales y colectivas que registran los procesos y acciones de mujeres, de organizaciones de mujeres y de organizaciones mixtas que se han resistido y resisten a la exclusión y se ingenian propuestas para hacer realidad los sueños de una vida cotidiana en la cual, las relaciones entre mujeres y hombres no reproduzcan la dominación de unos sobre otras, ni fomenten, aún sin darse cuenta, la discriminación de las personas que se diferencian de los modelos socialmente establecidos. (Barreto, 2004, p. 3)

En el año 2005, un año después de la implementación de esta campaña a Juanita Barreto, la coordinadora de la Política de Mujer y Género de la Alcaldía Mayor de Bogotá, habló acerca de los resultados de esta campaña, y dijo: "...hemos logrado, aunque lentamente, que aumente el número de denuncias y para este año estamos creando las condiciones para tener una base de datos rigurosa sobre la prevalencia de este delito, para convertir a la violación en un intolerable social".

Este mismo año, en el día 25 de noviembre, declarado día internacional para la eliminación de la violencia para las mujeres, se unió a la anterior campaña, una llamada **Lazo Blanco**. Esta campaña era una de hombres contra la violencia hacia la mujer, nacida en 1989 en Canadá y que llegó a Colombia impulsada por las Naciones Unidas, con la consigna de "*no cometer, ni permitir, ni callar actos de violencia hacia la mujer, del tipo que sea*".

La Campaña de Lazo Blanco es un esfuerzo hecho en el mundo por los hombres con el fin de acabar la violencia de cualquier tipo en contra de las mujeres. Esta campaña nació en Canadá y se viene desarrollando en el mundo desde 1991 hasta hoy. Llevar un lazo blanco

significa un compromiso personal de no cometer ni aceptar ningún tipo de violencia en contra de la mujer. La campaña funciona, por medio de los hombres que vistan el pin del lazo blanco en un lugar visible. Adicional a eso, se adelantan charlas con otros hombres, en sus lugares de trabajo, escuelas, universidades, etc.; todas éstas encaminadas a sensibilizar a los hombres acerca del tema de la violencia en contra de las mujeres y también a ganar más hombres que se sumen a esta campaña. Entre los que hoy en día abanderan y apoyan esta campaña están el sistema Naciones Unidas, Alcaldía De Bogotá, Defensoría Del Pueblo, Rock Al Parque, Revista Shock, Dimayor, Colectivo De Hombres Y Masculinidades, Escuela De Estudios De Genero De La Universidad Nacional, Profamilia, Corporacion Opcion Legal, Fondo Global, Universidad De Los Andes, Supervelcro, Lucas Jaramillo, Fonseca, Nawal, Ssa Publicidad, Productora Efex, Asociacion Afecto, Cinema 5, etc.. (Lazo Blanco, 1994)

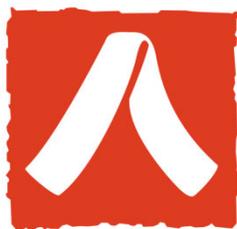


FIGURA N° 2. *La primera imagen, es el logotipo de la campaña Lazo Blanco;*

FIGURA N° 3. *la segunda, es un afiche implementado para la campaña en Brasil; y*

FIGURA N° 4, *la tercera es otro afiche incentivando el uso de las camisetas insignia de la campaña.*

La campaña Lazo Blanco, es una dirigida a los hombres como actores del cambio de la violencia contra la mujer; se dirige al género que propicia en la mayoría de los casos, la violencia contra la mujer. Aquí la lucha es a nivel mundial, y no se le habla a las víctimas para promover una denuncia luego de que se ha sido víctima de violencia; lo que se busca con esta campaña es prevenir un indicio de maltrato prematuramente, para que no haya necesidad de promover una denuncia cuando el daño ya ha sido hecho para las mujeres. En la implementación de esta campaña en América Latina, sólo Brasil tiene una página web

para conocer los pormenores de esta campaña; Colombia, no posee un servidor al cual las personas puedan dirigirse en busca de información.

Otra de las campañas adelantadas con motivo de la declaración del día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra las mujeres, fue *Encuentre el rostro de la violación*, de la Red Nacional de Mujeres, que buscaba visualizar las prácticas, actitudes y conductas que ayudan a mantener la violencia contra la mujer, y en especial la violación. Esta campaña acogió 299 trabajos creativos de 12 ciudades de Colombia en torno al tema de la violación de mujeres.

El objetivo de esta campaña era sensibilizar a la población colombiana sobre un problema que ha permanecido invisible en la intimidad de las familias que lo habían sufrido; igualmente, romper el silencio que ha favorecido la violación desde factores de riesgo como la inequidad entre hombres y mujeres en los hogares, la escuela y el trabajo; y finalmente, reconocer que las mujeres afectadas son víctimas sobrevivientes y sujetos de derechos que requieren de una atención y acompañamiento integral por parte del Estado.

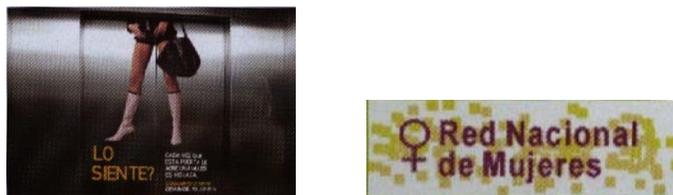


FIGURA N° 5. Imágenes de la campaña *Encuentre el rostro de la violación*. La primera, es un publicidad alternativa que usa un ascensor para transmitir su mensaje; la segunda es el logotipo de la institución que promueve la iniciativa, La Red Nacional de Mujeres.

Finalmente, la cuarta campaña que hizo parte del armamento de campañas dirigidas al activismo contra la violencia de género está la llamada *Vidas Más Seguras Para Las Mujeres*. Esta era una iniciativa del Fondo de Desarrollo de Naciones Unidas para la Mujer, UNIFEM que buscaba promover un proceso de visibilización y sensibilización sobre las violencias de género que incidan en la toma de decisiones de las administraciones locales, regionales y distritales en cinco departamentos de Colombia, para contribuir al logro de vidas más seguras para las mujeres.

Esta campaña buscaba construir o fortalecer los sistemas de información a través del diseño e implementación de instrumentos, metodologías e indicadores que permitan conocer la magnitud y modalidades de las violencias de género; también buscaba difundir y compartir la información y el conocimiento sobre el tema, a través de jóvenes y medio de comunicación para contribuir a la transformación de estereotipos; entre otros más.



Plegable utilizado para la jornada del día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer por la Alcaldía Mayor de Bogotá, donde se muestran las cuatro campañas juntas desde las que se trabajó.

Una de las más grandes falencias de las campañas presentadas anteriormente es que su permanencia en el tiempo no se evidencia en los medios masivos de comunicación, y por lo tanto se hace visible en pocos y muy reducidos sectores de la ciudad de Bogotá. Ninguna de estas campañas tuvo una presencia en la televisión, que es el medio de mayor impacto a nivel mundial.

Igualmente, la mayoría de las acciones de comunicación nacieron y se intensificaron en el año 2005 cuando se declaró el 25 de noviembre como el día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, haciendo esta lucha intermitente a una audiencia femenina que todos los días está siendo maltratada o violentada de alguna manera y que necesita que las organizaciones con su publicidad les recuerde día a día su compromiso y su labor respecto al tema de violencia contra la mujer.

4.6. Ejes temáticos

Al igual que se habló a lo largo del primer capítulo, los temas desde los cuales voy a producir la estrategia son:

- Violencia de género
- Violencia contra la mujer
- Violencia intrafamiliar
- Derechos humanos
- Derechos de la mujer
- Caminos jurídicos sobre la violencia contra la mujer

4.7. Planteamiento de acciones comunicacionales

- ❖ Difusión: Acciones de sensibilización y posicionamiento del mensaje de denunciar la violencia física contra la mujer en sus hogares.
- ❖ Promoción de la situación de violencia física de las mujeres en sus hogares.
- ❖ Producción de materiales de divulgación y estrategias educativas.
- ❖ Movilización de medios de información públicos, privados y alternativos, con la participación de las oficinas de comunicaciones y prensa de las instituciones de Salud, Educación, Cultura, Recreación, Misión Bogotá, Servicios de Atención a la ciudadanía, Policía y Policía Comunitaria, DABS-Comisarías de Familia, Unidad de reacción inmediata de la Fiscalía en Bogotá, Transito y Transportes, Caja de Vivienda Popular, Transmilenio, IDU, UESP, entre otras.

4.8. Modos

4.8.1. Informativos

Elaboración de brochures, free cards y afiches que contengan la información acerca de la problemática de la violencia contra la mujer desde las perspectivas de salud, el Estado, los derechos humanos, causas y consecuencias.

4.8.2. Educativos

Realización de talleres de capacitación y de sensibilización a focos de mujeres en localidades de estrato 2 y 3.

4.8.3. Comunicacionales

Comerciales, cuñas radiales, avisos de prensa y todo el freepress necesario para comunicarle a la comunidad femenina su deber y derecho de hacer valer su integridad como mujer.

4.9. Desarrollo creativo de la campaña de bien público

4.9.1. Argumentos racionales y emotivos

Bogotá es una ciudad que como todas afronta problemáticas como la pobreza, el desempleo y la inseguridad en un país como Colombia, las cuales dificultan enormemente la convivencia e igualmente generan grados de preocupación en las personas. El argumento racional es que las mujeres y los hombres tienen igualdad de derechos por lo tanto, la mujer debe hacer valer los suyos por medio de la instauración de la denuncia del maltrato físico al que es sometida por su pareja. Por su parte, el argumento emocional es que la mayoría de las mujeres maltratadas encuentran argumentos, válidos para ellas, que absuelven de toda culpa a su agresor, sin determinar el hecho de que sus hijos también pueden estar afectándose directamente con esa situación. En síntesis el problema es la no denuncia de los casos de violencia física contra la mujer, y la solución es que las mujeres entiendan que al no denunciar, respaldadas por una simple ilusión, están actuando en contra de su propia persona y dignidad humana y que cuando son violentadas físicamente no sólo se flagela su cuerpo sino también su alma y su integridad como mujer

4.9.2. Concepto de la campaña

El concepto de la campaña descansa en cuestionar las variadas justificaciones citadas por las mujeres, en las estadísticas consultadas en este trabajo, apelando a un punto neurálgico para estas mujeres, sus hijos. Lo que se pretende trabajar con este concepto son las múltiples excusas utilizadas por las mujeres maltratadas físicamente y debatirles por medio de elementos infantiles, si es válido soportar durante años que la persona a la que se ama o se amó acabe con su propia persona e integridad como mujer.

4.9.3. Estrategia de medios

Se recurrirá a medios masivos de cubrimiento local (Bogotá), al igual que a medios comunitarios, con el fin de introducir el mensaje en ámbitos generales y específicos. Es necesario aclarar que esta propuesta se piensa como una que trabaje de la mano con entidades del Estado como con la Política Pública de Mujer y Géneros, y con entes del Estado como el Ministerio de Protección, así en la medida en que se trata de una campaña de bien público, sin intereses comerciales, ni institucionales, puede ser pautaada por medio del código cívico, del free press, de medios alternativos gratuitos o más económicos y de las contribuciones que puedan hacer los medios interesados en la causa. A continuación se hace un esbozo de los medios a trabajar.

4.9.3.1. Medios convencionales

-Televisión: Un comercial de televisión en los canales RCN, Caracol, Uno, A y Señal Colombia en los cuales la Comisión Nacional de Televisión, CNTV, ubica los mensajes de Código Cívico.

-Radio: Una cuña radial en las emisoras de la Policía Nacional, La Z, Tropicana, Rumba Stereo, Amor Estéreo, Olímpica Estéreo y en emisoras comunitarias.

-Prensa: Un aviso en las revistas de periódicos, como Carrusel. El diario El Espacio, Hoy.

-Afiches: Se realizarán afiches con la imagen bandera de la campaña que serán ubicados en lugares visibles de las tiendas de barrio de la localidad, en los colegios e instituciones educativas, en las clínicas veterinarias y en los conjuntos cerrados.

-Free Cards: Al igual que los afiches, los volantes tendrán la imagen de la campaña serán distribuidos en lugares como los supermercados, el centro, instituciones de salud, educativas, y estatales.

4.9.4. Tono de la comunicación

El tono de la comunicación será uno serio sin convertirse en dramático, debido a que como bien lo piensa Raquel Sofía Amaya, los mensajes de las campañas de bien público no deben combatir violencia con más violencia, en el caso específico de un tema como el de violencia física contra la mujer.

4.9.5. Piezas publicitarias

CLIENTE: Política Pública de Mujer y Géneros

PRODUCTO: Comercial

CAMPAÑA: A TU HIJO LE DUELE TANTO COMO A TI

MEDIO: Televisión

REFERENCIA: Muñeca

DURACIÓN: 15"

FECHA: Abril 16 de 2007

STORY LINE

Se observa a una mujer de perfil, de unos 30 años, que viste un vestido de flores y encima un delantal, que cubre su regazo; ella está cocinando en la cocina de su casa y al lado, sentada en el comedor está su hija jugando con su muñeca imitación Barbie, y el novio de la misma. La mujer, se voltea y deja ver un morado en su ojo, se dirige hacia la niña y le pregunta: “¿A qué juegas? Y la niña le responde: Al papá y a la mamá...Barbie eres tu y Ken es mi papá”. En ese mismo instante la niña toma un marcador morado y le empieza a

hacer un círculo alrededor del ojo y en la boca a la Barbie; mientras la mamá sentada al lado de la niña, en el mismo comedor, la mira y después mira a la muñeca mientras se le tornan aguados los ojos. Finalmente, la pantalla se torna de un tono magenta oscuro, y aparecen intermitentemente las palabras que forman una frase que la voz en off también dirá: “A TU HIJO LE DUELE TANTO COMO A TI...HAZLO POR ELLOS DENUNCIA YA! Aparece el número telefónico de atención de la policía y el logo de la Alcaldía Mayor de Bogotá y el de la Política Pública de Mujer y Géneros de Bogotá. Y dice nuevamente la voz en off: Alcaldía Mayor de Bogotá, por una Bogotá sin indiferencia ante la violencia contra las mujeres.

CLIENTE: Política Pública de Mujer y Géneros

PRODUCTO: Cuña

CAMPAÑA: A TU HIJO LE DUELE TANTO COMO A TI

MEDIO: Televisión

REFERENCIA: Tarjeta

DURACIÓN: 15”

FECHA: Abril 16 de 2007

CONTROL: FADE IN SONIDO DE UNA OLLA A PRESIÓN PITANDO

CONTROL2: FADE IN SONIDO DE LÁPIZ DE COLOR SOBRE UNA SUPERFICIE, COMO COLOREANDO.

MAMÁ: Hijita, ¿Qué estás haciendo?

NIÑA: Estoy haciendo una tarea...tengo que dibujar a mi familia... ¿quieres ver cómo me quedó?

MAMÁ: ¡Si claro!

NIÑA: ¡Mira ma, éste es mi papá, esta soy yo, y ésta eres tu!

MAMÁ: mmm y qué es esta mancha en mi ojo.

NIÑA: Es el morado que te dejó mi papá...¿te acuerdas?

LOCUTOR INSTITUCIONAL: A TUS HIJOS LES DUELE TANTO COMO A TI. LLAMA AL 112 Y DENUNCIA YA. ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. POR UNA BOGOTÁ SIN INDIFERENCIA ANTE EL MALTRATO CONTRA LAS MUJERES.

CLIENTE: Política Pública de Mujer y géneros
PRODUCTO: Violencia contra la mujer
CAMPAÑA: A tu hijo le duele tanto como a ti
MEDIO: Revista
TAMAÑO: Página
REFERENCIA: Ojo morado
FORMATO: carta
FECHA: Abril 16 de 2004

TÍTULO: En la parte superior centrada, sobre la ilustración, se observa la siguiente frase en fuente de color blanco: *A tu hijo le duele tanto como a ti*. Y debajo de éste aparece otra frase que dice: *Hazlo por ellos...*

ILUSTRACIÓN: Imagen de una tarjeta con borde fucsia, y fondo amarillo pastel, en la cual se evidencia un dibujo infantil de una mujer, (mamá) que viste en vestido rosado con botones en la mitad, que en su ojo izquierdo tiene un morado alrededor, y que está llorando. Alrededor de ella hay unos corazones rojos, y en la parte inferior, pasto con una flor naranja.

TEXTO: En la parte superior de esta tarjeta dibujada, en letras de un niño se escribe una frase que dice: *“Mami no quiero que mi papá te vuelva a pegar”*

CIERRE: En la parte inferior derecha, se observa una frase que dice: *Denuncie ya, llame al 112*. En la parte inferior izquierda se observa los logos de la Alcaldía Mayor de Bogotá, y el de Política Pública de Mujer y géneros.

CLIENTE: Política Pública de Mujer y géneros

PRODUCTO: Violencia contra la mujer

CAMPAÑA: A tu hijo le duele tanto como a ti

MEDIO: Revista

TAMAÑO: Página

REFERENCIA: Brazo enyesado

FORMATO: carta

FECHA: Abril 16 de 2004

TÍTULO: En la parte superior centrada, sobre la ilustración, se observa la siguiente frase en fuente de color blanco: *A tu hijo le duele tanto como a ti*. Y debajo de éste aparece otra frase que dice: *Hazlo por ellos...*

ILUSTRACIÓN: Imagen de una tarjeta con borde azul, y fondo amarillo pastel, en la cual se evidencia un dibujo infantil de una mujer, (mamá) que viste una camisa amarilla oscura con una falda con lunares morados. En su ojo izquierdo tiene un morado alrededor, y está llorando. En su brazo derecho tiene un yeso que va desde el codo hasta la muñeca, y lo sostiene por una tira que cuelga de su cuello. Al lado derecho de la mujer, se encuentra una casa de color azul, con techo café y tiene una chimenea de la que sale humo gris. Todo lo anterior se encuentra sobre un piso de pasto verde.

TEXTO: En la parte superior de esta tarjeta dibujada, en letras de un niño se escribe una frase que dice: *“Mami no quiero que mi papá te vuelva a dañar el bracito”*

CIERRE: En la parte inferior derecha, se observa una frase que dice: *Denuncie ya, llame al 112*. En la parte inferior izquierda se observa los logos de la Alcaldía Mayor de Bogotá, y el de Política Pública de Mujer y géneros.

CLIENTE: Política Pública de Mujer y géneros

PRODUCTO: Violencia contra la mujer

CAMPAÑA: A tu hijo le duele tanto como a ti

MEDIO: Revista

TAMAÑO: Página

REFERENCIA: Médico

FORMATO: carta

FECHA: Abril 16 de 2004

TÍTULO: En la parte superior centrada, sobre la ilustración, se observa la siguiente frase en fuente de color blanco: *A tu hijo le duele tanto como a ti*. Y debajo de éste aparece otra frase que dice: *Hazlo por ellos...*

ILUSTRACIÓN: Imagen de una tarjeta con borde rojo, y fondo amarillo pastel, en la cual se evidencia un dibujo infantil de una mujer, (mamá) que viste una bata verde de hospital. En su ojo izquierdo tiene un morado alrededor y también en sus brazos, y está llorando. En su brazo izquierdo, justo en su muñeca tiene una aguja que se comunica con una bolsa de suero que se encuentra colgada en un objeto típico de las salas de los hospitales

TEXTO: En la parte superior de esta tarjeta dibujada, en letras de un niño se escribe una frase que dice: *“Mami cuando sea grande voy a ser un médico para curar los golpes de tu cuerpo”*

CIERRE: En la parte inferior derecha, se observa una frase que dice: *Denuncie ya, llame al 112*. En la parte inferior izquierda se observa los logos de la Alcaldía Mayor de Bogotá, y el de Política Pública de Mujer y géneros.

5. CAPITULO V: COSTOS

5.1. Costos de los materiales e impresiones

COSTOS	FIJOS		
	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Producción de brochure	1	6.000	6.000
Producción de afiche	2	6.000	12.000
Producción de Free Cards	2	4.000	8.000
Subtotal Costos Fijos		\$ 16.000	\$ 26.000
COSTOS	VARIABLES		
Papelería (impresiones) a la fecha		80.000	80.000
Desplazamientos (Transporte) a la fecha		93.000	93.000
Subtotal Costos Variables			\$ 173.000
Subtotal Costos			\$ 199.000
10% AIU			\$19.900
GRAN TOTAL			\$218.900

6. CONCLUSIONES

- A partir de los años ochenta, la movilización social de las mujeres posicionó en el debate público la necesidad de la intervención de los gobiernos a través de medidas que le dieran el carácter de delitos a todas las conductas que atentaran contra la integridad física, psicológica o sexual de las mujeres y que lejos de seguir aceptándose y legitimándose debían ser consideradas violatorias de los derechos humanos. Las resistencias a esta postura provinieron de no pocos sectores que con los más diversos argumentos pretendieron dar una justificación biológica o psicológica al comportamiento masculino.

Los sectores de mayor resistencia planteaban que “ciertas dosis de violencia masculina, se consideran algo *natural*, relacionado con la supervivencia de la especie y ya observable en los niños varones, caracterizados por la actividad y la competitividad frente a la pasividad y dulzura de las niñas” (Álvarez, 2003, p. 127-150), desconociendo el carácter social e histórico de estos comportamientos. Otros argumentos trataban de relacionar estas expresiones de violencia con desordenes mentales o patologías individuales que se negaban a reconocer su carácter generalizado. Otras explicaciones se orientaban a establecer las causas de las violencias en situaciones particulares como el alcoholismo, la pobreza, la diferencia cultural e incluso en el proceso de individuación femenino, es decir, la búsqueda de la emancipación femenina como origen de los conflictos y de la disolución de la familia con la respectiva “reacción” masculina.

- La violencia al interior de la familia es un comportamiento aprendido, consciente y deliberado, producto de una estructura social que se ha basado en la inequidad. Los fenómenos de violencia dentro de la familia resultan de una relación de poder desigual, que es practicada por quienes sienten que tienen el derecho de intimidar y controlar a otros. Dentro de la familia, las inequidades asociadas al género y a la edad son los determinantes principales de las relaciones violentas.

- El trabajo doméstico, de la mujer, desempeña un papel esencial en el sistema económico, ya que es el responsable de la reproducción de la fuerza de trabajo, e indirectamente ayuda a la acumulación capitalista, al abaratar los salarios de los obreros.
- Las conquistas alcanzadas por millones de mujeres, relacionadas con la educación, los ingresos y la capacidad para tomar decisiones, se han visto reflejadas en la familia. La mujer se ha convertido en una multiplicadora de oportunidades, al aspirar a que sus hijos tengan un nivel de educación superior al logrado por ella.
- En la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, acordada en la cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, de 1995, se determinó que la violencia contra las mujeres figuraba entre los 12 motivos de preocupación con respecto a los cuales era preciso actuar urgentemente. Al igual que la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, señala de manera más precisa las medidas que han de tomar tanto los gobiernos como la sociedad civil para impedir la violencia, proteger a las mujeres y a las niñas y proporcionar resarcimiento a las víctimas.
- Sobre el feminicidio, entendido como el asesinato de mujeres por ser mujeres, no hay estadísticas globales, sólo se cuenta con aquellos en que el victimario es la pareja o expareja. Según cifras suministradas por el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses en Colombia cada 6 días muere una mujer en manos de su pareja o expareja. A pesar de la magnitud y la gravedad del problema, los esfuerzos realizados hasta el momento no son suficientes para prevenir, remediar y sancionar la violencia contra las mujeres, ni existen todavía acciones focalizadas en los lugares de mayor incidencia.
- Hay factores de orden ideológico-cultural que entran en juego cuando las mujeres deben tomar una decisión para enfrentar las agresiones y abusos que sufren. La violencia de género en el ámbito doméstico es una conducta que ha sido asimilada a una forma de relación conyugal y que, debido al prejuicio que lleva a no inmiscuirse

en la privacidad de la vida matrimonial y familiar, ha sido silenciada tanto por la sociedad como por las propias víctimas.

- La publicidad como agente sensibilizador de la sociedad puede hacerse presente en problemas coyunturales como el de la violencia contra la mujer, transmitiendo soluciones y maneras de actuar frente a este; pero esto tan sólo se consigue permaneciendo en el tiempo con mensajes diferentes que provoquen que el público se detenga a autocuestionarse y a cuestionar a sus semejantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeras, D. *et al.* (2002), “Violencia contra la mujer en relación de pareja: América Latina y el caribe, una propuesta para medir su magnitud y evolución”, “[en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/10631/lcl1744e.pdf>, recuperado el 18 de noviembre de 2006 .
- Ana de Miguel Álvarez (2003, mayo). “El movimiento feminista y la construcción de *marcos* de interpretación: el caso de la violencia contra las mujeres”, Universidad de La Coruña, en Revista Internacional de Sociología –RIS- nº 35, pp. 127-150
- Amezquita, J. (1978, abril), “Responsabilidades y derechos de la mujer en la familia”, en Revista Javeriana, Vol. 89, núm. 443, pp. 263-266.
- Amorós, C. (1994), *Feminismo: Igualdad y diferencia*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Amnistía Internacional (2001). *Crímenes de odio, conspiración de silencio. Tortura y malos tratos basados en la identidad sexual*.
- Aspillaga, C. (1990), *Capacidad educativa de la publicidad*, Perú, Publicaciones Universidad de Piura, Piura, p. 38 y 173-175.
- Bautista, E. *10 palabras claves sobre la violencia de género*, (2004), Madrid, Verbo Divino.
- Berlo, D. (1977). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo, p. 60
- Binstock, H. (1998), “Hacia la igualdad de la mujer. Avances legales desde la aprobación de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/2/4342/lcl1126e.pdf>, recuperado el 18 de noviembre de 2006.
- Binstock, H. (1998), “Violencia en pareja, tratamiento legal, evolución y balance”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/4341/lcl1123e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Booth, C; Darke, J; Yeandle, S. (1998) *La vida de las mujeres en las ciudades. La ciudad, un espacio para el cambio*. Madrid: Nárcea Ediciones. p.77-95.

- Cáceres, J. (2004, diciembre), “Sobre la violencia doméstica: Tres aspectos a clarificar”, en *Pensamiento Psicológico*, núm. 3, pp. 9-24.
- Caro, A. (1994). *La publicidad que vivimos*. Madrid, Eresma,
- Centro de prensa, Comisión económica para América Latina y el Caribe (2006, 25 de noviembre), “Día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer”, [en línea], disponible en <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/5/27405/P27405.xml&xsl=/preNSA/tpl/p6f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xsl>, recuperado el 25 de noviembre de 2006.
- Cook, R. (1997), *Derechos Humanos de la mujer. Perspectivas nacionales e internacionales*, Bogotá, Profamilia.
- Corporación Casa de la mujer. (1988), *Violencia en la intimidad*, Bogotá, Editorial Gente Nueva.
- Corsi, J. (comp.), (1994), *Violencia familiar. Una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social*, Buenos Aires, Paidós.
- Chias, J. (1995). *Marketing Público. Por un gobierno y una administración al servicio del público*. Madrid: Editorial Mc.Graw Hill.
- De Beavori, S. (1981), *El segundo sexo*, Buenos Aires, Siglo XX.
- De Zubiría, J. (2000) *Los modelos pedagógicos. Tratado de pedagogía conceptual 4*, Bogotá: Fundación Alberto Merani, Fondo de publicaciones Bernardo Herrera Merino.
- Díaz, R. (1997), *Psicología del mexicano; Descubrimiento de la etnopsicología*. México, Trillas.
- Engel S. (2003). *Rights Talk and the Experience of Law: Implementing Women’s Human Rights to Protection from Violence*, Human Rights
- Fernández, A y Giraldo, C. (2006). *Proyecto de “ampliación del observatorio de violencia y delincuencia” Subdirección de convivencia y libertad ciudadana*. Bogotá, Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Gobierno.
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), (2003). *Not a minute more: Ending violence against women*
- Gálves, T. (1999), “Indicadores de género para el seguimiento y la evaluación del programa de acción regional para las mujeres de América Latina y el Caribe, 1995-2001 y la plataforma de acción de Beijing”, [en línea], disponible

en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/4334/lcl1186e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.

- García, C. (2000), *Violencia contra la mujer. Género y equidad en la salud*, Organización Panamericana de la salud-Harvard Center for population and development studies.
- Gonzalez M. (1994). *Curso de publicidad*. Madrid, Eresma & Celeste Ediciones.
- Godoy, L. (2004), “Entender la pobreza desde la perspectiva de género”, [en línea], disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/14795/lcl2063e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Harris, O y Young, K. (1979). *Antropología y feminismo*, Barcelona, Anagrama.
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses (2005). “Violencia Intrafamiliar” [en línea], disponible en http://archivos.medicinalegal.gov.co/paginaweb_crnv/forensis1.htm, recuperado el 24 de mayo, de 2006.
- Kelly, L. (1999), *La violencia contra las mujeres. Un documento informativo sobre cuestiones y respuestas internacionales*, Reino Unido, British Council.
- Leiss, W, Kline, S. y Jhally, Sut. (1997). *Publicidad, consumidores y cultura*, citado en CROWLEY, David y HEYER, Paul. *La comunicación en la historia*. Barcelona. Bosh Casa Editorial S.A.
- Lomas, C. (1996). *El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria*. Barcelona, Ediciones Octaedro, p. 27.
- Martínez, M. (1992) El spot publicitario y el sueño. Análisis de un mecanismo psicológico y social. En: Revista Telos, No 28, marzo- mayo
- Moline, M. (2000) *La fuerza de la publicidad*. Madrid, Editorial Mc Graw Hill,.
- Moncayo, C. (1993, noviembre-diciembre), “No a la violencia contra la mujer”, en *Su defensor*, núm. 4.
- Morin, E. y Ferrer, E. (1983). *Publicidad: una controversia*. México, Ediciones Eufe S.A.,
- Muñoz, Y. (2001). *El mercadeo social en Colombia*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Organización Mundial de la Salud (2002). *Primer Informe Mundial sobre Violencia y Salud*. Washington.

- Organización Panamericana de la Salud (2004). *Modelo de Leyes y políticas sobre violencia intrafamiliar contra las mujeres*, Washington.
- Ortner, S. (1979). “¿Es la mujer con respecto al hombre, lo que la naturaleza con respecto a la cultura” en Harris, O y Young, K. (comps.), *Antropología y feminismo*, Barcelona, Anagrama.
- Pérez Tornero, J. *Las claves de la publicidad*. En: Rodríguez Illera, J (1988), *Educación y Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona.
- Red Nacional de mujeres (2005), *Violencias Cruzadas. Informe derechos de las mujeres. Colombia, 2005*. Bogotá, Corporación Humanizar.
- Republica de Colombia. Conserjería Presidencial para la política social. Política Nacional de Construcción de Paz y Convivencia Familiar. Haz Paz.
- Rico, N, (1996), “Violencia de Género: Un problema de derechos humanos”, [en línea], disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/4345/lcl957e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Rúa, C. *et al*, (2000), *Prevención y atención de la violencia intrafamiliar*, Medellín, Graficas Ltda.
- Saborido, M. (1999), “Ciudad y relaciones de género”, [en línea], disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/4965/ddr5e.pdf>, recuperado el 15 de noviembre de 2006.
- Toledo, A. (2002, junio-julio), “Reflexiones en torno a la ley sobre la violencia contra la mujer y la familia con especial referencia a sus aspectos procesales”, en *Universitas Ciencias Jurídicas y Socioeconómicas*, núm. 103, pp. 221-259.
- Turbay, C. y Rico, A. (1994), *Contruyendo identidades: niñas, jóvenes y mujeres en Colombia*, Santa fe de Bogota, Gente Nueva Editorial.
- Velzeboer, M. *et al*. (2003), *La violencia contra las mujeres: responde el sector de la salud*, Washington, D.C., Organización Panamericana de la salud.
- Zimabalist, R. (1979), “Mujer, cultura y sociedad. Una visión teórica”, en Harry, O. y Young, K. (comps.), *Antropología y feminismo*, Barcelona, Anagrama, pp.165-178.
- Vera, J. (1998) *Educación social e impacto educativo de los medios persuasivos: publicidad y propaganda*. En: Revista de Educación, N° 316, Mayo- Agosto, Centro de Publicaciones del Ministerio de educación y Cultura, España, , p. 201

ANEXOS

ANEXO 1.

DECLARACIÓN SOBRE LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Resolución de la Asamblea General 48/104 del 20 de diciembre de 1993

La Asamblea General,

Reconociendo la urgente necesidad de una aplicación universal a la mujer de los derechos y principios relativos a la igualdad, seguridad, libertad, integridad y dignidad de todos los seres humanos,

Observando que estos derechos y principios están consagrados en instrumentos internacionales, entre los que se cuentan la Declaración Universal de Derechos Humanos 1/, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer y la Convención contra la Tortura y Otros Tratos o Penas Crueles, Inhumanos o Degradantes,

Reconociendo que la aplicación efectiva de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer contribuiría a eliminar la violencia contra la mujer y que la declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, enunciada en la presente resolución, reforzaría y complementaría ese proceso,

Preocupada porque la violencia contra la mujer constituye un obstáculo no sólo para el logro de la igualdad, el desarrollo y la paz, tal como se reconoce en las Estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro para el adelanto de la mujer 5/, en las que se recomendó un conjunto de medidas encaminadas a combatir la violencia contra la mujer, sino también para la plena aplicación de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer,

Afirmando que la violencia contra la mujer constituye una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales e impide total o parcialmente a la mujer gozar de dichos derechos y libertades, y preocupada por el descuido de larga data de la protección y fomento de esos derechos y libertades en casos de violencia contra la mujer,

Reconociendo que la violencia contra la mujer constituye una manifestación de relaciones de poder históricamente desiguales entre el hombre y la mujer, que han conducido a la dominación de la mujer y a la discriminación en su contra por parte del hombre e impedido el adelanto pleno de la mujer, y que la violencia contra la mujer es uno de los mecanismos sociales fundamentales por los que se fuerza a la mujer a una situación de subordinación respecto del hombre,

Preocupada por el hecho de que algunos grupos de mujeres, como por ejemplo las mujeres pertenecientes a minorías, las mujeres indígenas, las refugiadas, las mujeres migrantes, las mujeres que habitan en comunidades rurales o remotas, las mujeres indigentes, las mujeres recluidas en instituciones o detenidas, las niñas, las mujeres con discapacidades, las ancianas y las mujeres en situaciones de conflicto armado son particularmente vulnerables a la violencia,

Recordando la conclusión en el párrafo 23 del anexo a la resolución 1990/15 del Consejo Económico y Social, de 24 de mayo de 1990, en que se reconoce que la violencia contra la mujer en la familia y en la sociedad se ha generalizado y trasciende las diferencias de ingresos, clases sociales y culturas, y debe contrarrestarse con medidas urgentes y eficaces para eliminar su incidencia,

Recordando asimismo la resolución 1991/18 del Consejo Económico y Social, de 30 de mayo de 1991, en la que el Consejo recomendó la preparación de un marco general para un instrumento internacional que abordara explícitamente la cuestión de la violencia contra la mujer,

Observando con satisfacción la función desempeñada por los movimientos en pro de la mujer para que se preste más atención a la naturaleza, gravedad y magnitud del problema de la violencia contra la mujer,

Alarmada por el hecho de que las oportunidades de que dispone la mujer para lograr su igualdad jurídica, social, política y económica en la sociedad se ven limitadas, entre otras cosas, por una violencia continua y endémica,

Convencida de que, a la luz de las consideraciones anteriores, se requieren una definición clara y completa de la violencia contra la mujer, una formulación clara de los derechos que han de aplicarse a fin de lograr la eliminación de la violencia contra la mujer en todas sus formas, un compromiso por parte de los Estados de asumir sus responsabilidades, y un compromiso de la comunidad internacional para eliminar la violencia contra la mujer,

Proclama solemnemente la siguiente Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer e insta a que se hagan todos los esfuerzos posibles para que sea universalmente conocida y respetada:

Artículo 1

A los efectos de la presente Declaración, por "violencia contra la mujer" se entiende todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada.

Artículo 2

Se entenderá que la violencia contra la mujer abarca los siguientes actos, aunque sin limitarse a ellos:

- a) La violencia física, sexual y psicológica que se produzca en la familia, incluidos los malos tratos, el abuso sexual de las niñas en el hogar, la violencia relacionada con la dote, la violación por el marido, la mutilación genital femenina y otras prácticas tradicionales nocivas para la mujer, los actos de violencia perpetrados por otros miembros de la familia y la violencia relacionada con la explotación;
- b) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada;
- c) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra.

Artículo 3

La mujer tiene derecho, en condiciones de igualdad, al goce y la protección de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural, civil y de cualquier otra índole. Entre estos derechos figuran:

- a) El derecho a la vida
- b) El derecho a la igualdad
- c) El derecho a la libertad y la seguridad de la persona
- d) El derecho a igual protección ante la ley
- e) El derecho a verse libre de todas las formas de discriminación
- f) El derecho al mayor grado de salud física y mental que se pueda alcanzar
- g) El derecho a condiciones de trabajo justas y favorables
- h) El derecho a no ser sometida a tortura, ni a otros tratos o penas crueles, inhumanos o degradantes

Artículo 4

Los Estados deben condenar la violencia contra la mujer y no invocar ninguna costumbre, tradición o consideración religiosa para eludir su obligación de procurar eliminarla. Los Estados deben aplicar por todos los medios apropiados y sin demora una política encaminada a eliminar la violencia contra la mujer. Con este fin, deberán:

a) Considerar la posibilidad, cuando aún no lo hayan hecho, de ratificar la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, de adherirse a ella o de retirar sus reservas a esa Convención;

b) Abstenerse de practicar la violencia contra la mujer;

c) Proceder con la debida diligencia a fin de prevenir, investigar y, conforme a la legislación nacional, castigar todo acto de violencia contra la mujer, ya se trate de actos perpetrados por el Estado o por particulares;

d) Establecer, en la legislación nacional, sanciones penales, civiles, laborales y administrativas, para castigar y reparar los agravios infligidos a las mujeres que sean objeto de violencia; debe darse a éstas acceso a los mecanismos de la justicia y, con arreglo a lo dispuesto en la legislación nacional, a un resarcimiento justo y eficaz por el daño que hayan padecido; los Estados deben además informar a las mujeres de sus derechos a pedir reparación por medio de esos mecanismos;

e) Considerar la posibilidad de elaborar planes de acción nacionales para promover la protección de la mujer contra toda forma de violencia o incluir disposiciones con ese fin en los planes existentes, teniendo en cuenta, según proceda, la cooperación que puedan proporcionar las organizaciones no gubernamentales, especialmente las que se ocupan de la cuestión de la violencia contra la mujer;

f) Elaborar, con carácter general, enfoques de tipo preventivo y todas las medidas de índole jurídica, política, administrativa y cultural que puedan fomentar la protección de la mujer contra toda forma de violencia, y evitar eficazmente la reincidencia en la victimización de la mujer como consecuencia de leyes, prácticas de aplicación de la ley y otras intervenciones que no tengan en cuenta la discriminación contra la mujer;

g) Esforzarse por garantizar, en la mayor medida posible a la luz de los recursos de que dispongan y, cuando sea necesario, dentro del marco de la cooperación internacional, que las mujeres objeto de violencia y, cuando corresponda, sus hijos, dispongan de asistencia especializada, como servicios de rehabilitación, ayuda para el cuidado y manutención de los niños, tratamiento, asesoramiento, servicios, instalaciones y programas sociales y de salud, así como estructuras de apoyo y, asimismo, adoptar todas las demás medidas adecuadas para fomentar su seguridad y rehabilitación física y psicológica;

h) Consignar en los presupuestos del Estado los recursos adecuados para sus actividades relacionadas con la eliminación de la violencia contra la mujer;

j) Adoptar medidas para que las autoridades encargadas de hacer cumplir la ley y los funcionarios que han de aplicar las políticas de prevención, investigación y castigo de la violencia contra la mujer reciban una formación que los sensibilice respecto de las necesidades de la mujer;

j) Adoptar todas las medidas apropiadas, especialmente en el sector de la educación, para modificar las pautas sociales y culturales de comportamiento del hombre y de la mujer y eliminar los prejuicios y las prácticas consuetudinarias o de otra índole basadas en la idea de la inferioridad o la superioridad de uno de los sexos y en la atribución de papeles estereotipados al hombre y a la mujer;

k) Promover la investigación, recoger datos y compilar estadísticas, especialmente en lo concerniente a la violencia en el hogar, relacionadas con la frecuencia de las distintas formas de violencia contra la mujer, y fomentar las investigaciones sobre las causas, la naturaleza, la gravedad y las consecuencias de esta violencia, así como sobre la eficacia de las medidas aplicadas para impedir la violencia y reparar sus efectos; se deberán publicar esas estadísticas, así como las conclusiones de las investigaciones;

l) Adoptar medidas orientadas a eliminar la violencia contra las mujeres especialmente vulnerables;

m) Incluir, en los informes que se presenten en virtud de los instrumentos pertinentes de las Naciones Unidas relativos a los derechos humanos, información acerca de la violencia contra la mujer y las medidas adoptadas para poner en práctica la presente Declaración;

n) Promover la elaboración de directrices adecuadas para ayudar a aplicar los principios enunciados en la presente Declaración;

o) Reconocer el importante papel que desempeñan en todo el mundo el movimiento en pro de la mujer y las organizaciones no gubernamentales en la tarea de despertar la conciencia acerca del problema de la violencia contra la mujer y aliviar dicho problema;

p) Facilitar y promover la labor del movimiento en pro de la mujer y las organizaciones no gubernamentales, y cooperar con ellos en los planos local, nacional y regional;

q) Alentar a las organizaciones intergubernamentales regionales a las que pertenezcan a que incluyan en sus programas, según convenga, la eliminación de la violencia contra la mujer.

Artículo 5

Los órganos y organismos especializados del sistema de las Naciones Unidas deberán contribuir, en sus respectivas esferas de competencia, al reconocimiento y ejercicio de los derechos y a la aplicación de los principios establecidos en la presente Declaración y, a este fin, deberán, entre otras cosas:

- a) Fomentar la cooperación internacional y regional con miras a definir estrategias regionales para combatir la violencia, intercambiar experiencias y financiar programas relacionados con la eliminación de la violencia contra la mujer;
- b) Promover reuniones y seminarios encaminados a despertar e intensificar la conciencia de toda la población sobre la cuestión de la violencia contra la mujer;
- c) Fomentar, dentro del sistema de las Naciones Unidas, la coordinación y el intercambio entre los órganos creados en virtud de tratados de derechos humanos a fin de abordar con eficacia la cuestión de la violencia contra la mujer;
- d) Incluir en los análisis efectuados por las organizaciones y los órganos del sistema de las Naciones Unidas sobre las tendencias y los problemas sociales, por ejemplo, en los informes periódicos sobre la situación social en el mundo, un examen de las tendencias de la violencia contra la mujer;
- e) Alentar la coordinación entre las organizaciones y los órganos del sistema de las Naciones Unidas a fin de integrar la cuestión de la violencia contra la mujer en los programas en curso, haciendo especial referencia a los grupos de mujeres particularmente vulnerables a la violencia;
- f) Promover la formulación de directrices o manuales relacionados con la violencia contra la mujer, tomando en consideración las medidas mencionadas en la presente Declaración;
- g) Considerar la cuestión de la eliminación de la violencia contra la mujer, cuando proceda, en el cumplimiento de sus mandatos relativos a la aplicación de los instrumentos de derechos humanos;
- h) Cooperar con las organizaciones no gubernamentales en todo lo relativo a la cuestión de la violencia contra la mujer.

Artículo 6

Nada de lo enunciado en la presente Declaración afectará a disposición alguna que pueda formar parte de la legislación de un Estado o de cualquier convención, tratado o instrumento internacional vigente en ese Estado y sea más conducente a la eliminación de la violencia contra la mujer.

ANEXO 2.

DECLARACIÓN SOBRE LA ELIMINACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN CONTRA LA MUJER

Proclamada por la Asamblea General en su resolución 2263 (XXII), de 7 de noviembre de 1967

La Asamblea General,

Considerando que los pueblos de las Naciones Unidas han reafirmado en la Carta su fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana y en la igualdad de derechos de hombres y mujeres,

Considerando que la Declaración Universal de Derechos Humanos establece el principio de la no discriminación y proclama que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y que toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en dicha Declaración, sin distinción alguna, incluida la distinción por razón de sexo,

Teniendo en cuenta las resoluciones, declaraciones, convenciones y recomendaciones de las Naciones Unidas y los organismos especializados cuyo objeto es eliminar todas las formas de discriminación y fomentar la igualdad de derechos de hombres y mujeres,

Preocupada de que, a pesar de la Carta de las Naciones Unidas, de la Declaración Universal de Derechos Humanos, de los Pactos Internacionales de Derechos Humanos y de otros instrumentos de las Naciones Unidas y los organismos especializados y a pesar de los progresos realizados en materia de igualdad de derechos, continúa existiendo considerable discriminación en contra de la mujer,

Considerando que la discriminación contra la mujer es incompatible con la dignidad humana y con el bienestar de la familia y de la sociedad, impide su participación en la vida política, social, económica y cultural de sus países en condiciones de igualdad con el hombre, y constituye un obstáculo para el pleno desarrollo de las posibilidades que tiene la mujer de servir a sus países y a la humanidad,

Teniendo presente la importancia de la contribución de la mujer a la vida social, política, económica y cultural, así como su función en la familia y especialmente en la educación de los hijos,

Convencida de que la máxima participación tanto de las mujeres como de los hombres en todos los campos es indispensable para el desarrollo total de un país, el bienestar del mundo y la causa de la paz,

Considerando que es necesario garantizar el reconocimiento universal, de hecho y en derecho, del principio de igualdad del hombre y la mujer,

Proclama solemnemente la presente Declaración:

Artículo 1

La discriminación contra la mujer, por cuanto niega o limita su igualdad de derechos con el hombre, es fundamentalmente injusta y constituye una ofensa a la dignidad humana.

Artículo 2

Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas a fin de abolir las leyes, costumbres, reglamentos y prácticas existentes que constituyan una discriminación en contra de la mujer, y para asegurar la protección jurídica adecuada de la igualdad de derechos del hombre y la mujer, en particular:

- a) El principio de la igualdad de derechos figurará en las constituciones o será garantizado de otro modo por ley;
- b) Los instrumentos internacionales de las Naciones Unidas y de los organismos especializados relativos a la eliminación de la discriminación en contra de la mujer se aceptarán mediante ratificación o adhesión y se aplicarán plenamente tan pronto como sea posible.

Artículo 3

Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas para educar a la opinión pública y orientar las aspiraciones nacionales hacia la eliminación de los prejuicios y la abolición de las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basadas en la idea de la inferioridad de la mujer.

Artículo 4

Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas para asegurar a la mujer en igualdad de condiciones con el hombre y sin discriminación alguna:

- a) El derecho a votar en todas las elecciones y a ser elegible para formar parte de todos los organismos constituidos mediante elecciones públicas;
- b) El derecho a votar en todos los referéndums públicos;
- c) El derecho a ocupar cargos públicos y a ejercer todas las funciones públicas.

Estos derechos deberán ser garantizados por la legislación.

Artículo 5

La mujer tendrá los mismos derechos que el hombre en materia de adquisición, cambio, o conservación de una nacionalidad. El matrimonio con un extranjero no debe afectar

automáticamente la nacionalidad de la mujer, ya sea convirtiéndola en apátrida o imponiéndole la nacionalidad de su marido.

Artículo 6

1. Sin perjuicio de la salvaguardia de la unidad y la armonía de la familia, que sigue siendo la unidad básica de toda sociedad, deberán adoptarse todas las medidas apropiadas, especialmente medidas legislativas, para que la mujer, casada o no, tenga iguales derechos que el hombre en el campo del derecho civil y en particular:

a) El derecho a adquirir, administrar y heredar bienes y a disfrutar y disponer de ellos, incluyendo los adquiridos durante el matrimonio;

b) La igualdad en la capacidad jurídica y en su ejercicio;

c) los mismos derechos que el hombre en la legislación sobre circulación de las personas.

2. Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas para asegurar el principio de la igualdad de condición del marido y de la esposa, y en particular:

a) La mujer tendrá el mismo derecho que el hombre a escoger libremente cónyuge y a contraer matrimonio sólo mediante su pleno y libre consentimiento;

b) La mujer tendrá los mismos derechos que el hombre durante el matrimonio y a la disolución del mismo. En todos los casos el interés de los hijos debe ser la consideración primordial;

c) El padre y la madre tendrán iguales derechos y deberes en lo tocante a sus hijos. En todos los casos el interés de los hijos debe ser la consideración primordial.

3. Deberán prohibirse el matrimonio de niños y los esponsales de las jóvenes antes de haber alcanzado la pubertad y deberán adoptarse medidas eficaces, inclusive medidas legislativas, a fin de fijar una edad mínima para contraer matrimonio y hacer obligatoria la inscripción del matrimonio en un registro oficial.

Artículo 7

Todas las disposiciones de los códigos penales que constituyan una discriminación contra las mujeres serán derogadas.

Artículo 8

Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas, inclusive medidas legislativas, para combatir todas las formas de trata de mujeres y de explotación de la prostitución de mujeres.

Artículo 9

Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas para asegurar a la joven y a la mujer, casada o no, derechos iguales a los del hombre en materia de educación en todos los niveles, y en particular:

- a) Iguales condiciones de acceso a toda clase de instituciones docentes, incluidas las universidades y las escuelas técnicas y profesionales, e iguales condiciones de estudio en dichas instituciones;
- b) La misma selección de programas de estudios, los mismos exámenes, personal docente del mismo nivel profesional, y locales y equipo de la misma calidad, ya se trate de establecimientos de enseñanza mixta o no;
- c) Iguales oportunidades en la obtención de becas y otras subvenciones de estudio;
- d) Iguales oportunidades de acceso a los programas de educación complementaria, incluidos los programas de alfabetización de adultos;
- e) Acceso a material informativo para ayudarla a asegurar la salud y bienestar de la familia.

Artículo 10

1. Deberán adoptarse todas las medidas apropiadas para garantizar a la mujer, casada o no, los mismos derechos que al hombre en la esfera de la vida económica y social, y en particular:

- a) El derecho, sin discriminación alguna por su estado civil o por cualquier otro motivo, a recibir formación profesional, trabajar, elegir libremente empleo y profesión, y progresar en la profesión y en el empleo;
- b) El derecho a igual remuneración que el hombre y a igualdad de trato con respecto a un trabajo de igual valor;
- c) El derecho a vacaciones pagadas, prestaciones de jubilación y medidas que le aseguren contra el desempleo, la enfermedad, la vejez o cualquier otro tipo de incapacidad para el trabajo;
- d) El derecho a recibir asignaciones familiares en igualdad de condiciones con el hombre.

2. A fin de impedir que se discrimine contra la mujer por razones de matrimonio o maternidad y garantizar su derecho efectivo al trabajo, deberán adoptarse medidas para evitar su despido en caso de matrimonio o maternidad, proporcionarle licencia de maternidad con sueldo pagado y la garantía de volver a su empleo anterior, así como para que se le presten los necesarios servicios sociales, incluidos los destinados al cuidado de los niños.

3. Las medidas que se adopten a fin de proteger a la mujer en determinados tipos de trabajo por razones inherentes a su naturaleza física no se considerarán discriminatorias.

Artículo 11

1. El principio de la igualdad de derechos del hombre y la mujer exige que todos los Estados lo apliquen en conformidad con los principios de la Carta de las Naciones Unidas y de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

2. En consecuencia, se encarece a los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y los individuos que hagan cuanto esté de su parte para promover la aplicación de los principios contenidos en esta Declaración.

ANEXO 3.

LEY 248 DE 1995

(Diciembre 29)

Por medio de la cual se aprueba la Convención Internacional para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, suscrita en la ciudad de Belem Do Para, Brasil, el 9 de junio de 1994.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Visto el texto de la «Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer», suscrita en Belem Do Para, Brasil, el 9 de junio de 1994.

(Para ser transcrito. Se adjunta fotocopia del texto íntegro del instrumento internacional mencionado, debidamente autenticado por el Jefe de la Oficina Jurídica del Ministerio de Relaciones Exteriores).

« Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer Convención de Belem Do Para».

Los Estados Partes de la Presente Convención,

Reconociendo que el respeto irrestricto a los derechos humanos ha sido consagrado en la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y reafirmado en otros instrumentos internacionales y regionales.

Afirmando que la violencia contra la mujer constituye una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales y limita total o parcialmente a la mujer el reconocimiento, goce y ejercicio de tales derechos y libertades.

Preocupados porque la violencia contra la mujer es una ofensa a la dignidad humana y una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres.

Recordando la Declaración sobre la Erradicación de la Violencia contra la Mujer, adoptada por la Vigesimoquinta Asamblea de Delegadas de la Comisión Interamericana de Mujeres, y afirmando que la violencia contra la mujer trasciende todos los sectores de la sociedad independientemente de su clase, raza o grupo étnico, nivel de ingresos, cultura, nivel educacional, edad o religión y afecta negativamente sus propias bases.

Convencidos de que la eliminación de la violencia contra la mujer es condición indispensable para su desarrollo individual y social y su plena e igualitaria participación en todas las esferas de vida, y convencidos de que la adopción de una convención para prevenir, sancionar y erradicar toda forma de violencia contra la mujer, en el ámbito de la Organización de los Estados Americanos, constituye una positiva contribución para proteger los derechos de la mujer y eliminar las situaciones de violencia que puedan afectarlas,

Han Convenido en lo siguiente:

Capítulo I

Definición y ámbito de aplicación

Artículo 1°

Para los efectos de esta Convención debe entenderse por violencia contra la mujer cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado.

Artículo 2°

Se entenderá que violencia contra la mujer incluye la violencia física, sexual y psicológica: a) Que tenga lugar dentro de la familia o unidad doméstica o en cualquier otra relación interpersonal, ya sea que el agresor comparta o haya compartido el mismo domicilio que la mujer, y que comprende, entre otros, violación, maltrato y abuso sexual; b) Que tenga lugar en la comunidad y sea perpetrada por cualquier persona y que comprende, entre otros, violación, abuso sexual, tortura, trata de personas, prostitución forzada, secuestro y acoso sexual en el lugar de trabajo, así como en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar, y c) Que sea perpetrada o tolerada por el Estado o sus agentes, dondequiera que ocurra.

Capítulo II

Derechos protegidos

Artículo 3°

Toda mujer tiene derecho a una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado.

Artículo 4°

Toda mujer tiene derecho al reconocimiento, goce, ejercicio y protección de todos los derechos humanos y a las libertades consagradas por los instrumentos regionales e internacionales sobre derechos humanos. Estos derechos comprenden, entre otros: a) El

derecho a que se respete su vida; b) El derecho a que se respete su integridad física, psíquica y moral; c) El derecho a la libertad y a la seguridad personales; d) El derecho a no ser sometida a torturas; e) El derecho a que se respete la dignidad inherente a su persona y que se proteja a su familia; f) El derecho a igualdad de protección ante la ley y de la ley; g) El derecho a un recurso sencillo y rápido ante los tribunales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos; h) El derecho a libertad de asociación; i) El derecho a la libertad de profesar la religión y las creencias propias dentro de la ley, y j) El derecho a tener igualdad de acceso a las funciones públicas de su país y a participar en los asuntos públicos, incluyendo la toma de decisiones.

Artículo 5°

Toda mujer podrá ejercer libre y plenamente sus derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales y contará con la total protección de esos derechos consagrados en los instrumentos regionales e internacionales sobre derechos humanos. Los Estados Partes reconocen que la violencia contra la mujer impide y anula el ejercicio de esos derechos.

Artículo 6°

El derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros: a) El derecho de la mujer a ser libre de toda forma de discriminación, y b) El derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación.

Capítulo III

Deberes de los Estados

Artículo 7°

Los Estados Partes condenan todas las formas de violencia contra la mujer y convienen en adoptar, por todos los medios apropiados y sin dilaciones, políticas orientadas a prevenir, sancionar y erradicar dicha violencia y en llevar a cabo lo siguiente: a) Abstenerse de cualquier acción o práctica de violencia contra la mujer y velar porque las autoridades, sus funcionarios, personal y agentes e instituciones se comporten de conformidad con esta obligación; b) Actuar con la debida diligencia para prevenir, investigar y sancionar la violencia contra la mujer; c) Incluir en su legislación interna normas penales, civiles y administrativas, así como las de otra naturaleza que sean necesarias para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer y adoptar las medidas administrativas apropiadas que sean del caso; d) Adoptar medidas jurídicas para conminar al agresor a abstenerse de hostigar, intimidar, amenazar, dañar o poner en peligro la vida de la mujer de cualquier forma que atente contra su integridad o perjudique su propiedad; e) Tomar todas las medidas apropiadas, incluyendo medidas de tipo legislativo, para modificar o abolir leyes y reglamentos vigentes, o para modificar prácticas jurídicas o consuetudinarias que respalden la persistencia o la tolerancia de la violencia contra la mujer; f) Establecer procedimientos legales y eficaces para la mujer que haya sido sometida a violencia, que incluyan, entre otros, medidas de protección, un juicio oportuno y el acceso efectivo a tales

procedimientos; g) Establecer los mecanismos judiciales y administrativos necesarios para asegurar que la mujer objeto de violencia tenga acceso efectivo a resarcimiento, reparación del daño u otros medios de compensación justos y eficaces, y h) Adoptar las disposiciones legislativas o de otra índole que sean necesarias para hacer efectiva esta Convención.

Artículo 8°

Los Estados Partes convienen en adoptar, en forma progresiva, medidas específicas, inclusive programas para: a) Fomentar el conocimiento y la observancia del derecho de la mujer a una vida libre de violencia, y el derecho de la mujer a que se respeten y protejan sus derechos humanos; b) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, incluyendo el diseño de programas de educación formales y no formales apropiados a todo nivel del proceso educativo, para contrarrestar prejuicios y costumbres y todo otro tipo de prácticas que se basen en la premisa de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los géneros o en los papeles estereotipados para el hombre y la mujer que legitiman o exacerban la violencia contra la mujer; c) Fomentar la educación y capacitación del personal en la administración de justicia, policial y demás funcionarios encargados de la aplicación de la ley, así como del personal a cuyo cargo esté la aplicación de las políticas de prevención, sanción y eliminación de la violencia contra la mujer; d) Suministrar los servicios especializados apropiados para la atención necesaria a la mujer objeto de violencia, por medio de entidades de los sectores público y privado, inclusive refugios, servicios de orientación para toda la familia, cuando sea del caso, y cuidado y custodia de los menores afectados; e) Fomentar y apoyar programas de educación gubernamentales y del sector privado destinados a concientizar al público sobre los problemas relacionados con la violencia contra la mujer, los recursos legales y la reparación que corresponda; f) Ofrecer a la mujer objeto de violencia acceso a programas eficaces de rehabilitación y capacitación que le permitan participar plenamente en la vida pública, privada y social; g) Alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer; h) Garantizar la investigación y recopilación de estadísticas y demás información pertinente sobre las causas, consecuencias y frecuencia de la violencia contra la mujer, con el fin de evaluar la eficacia de las medidas para prevenir, sancionar y eliminar la violencia contra la mujer y de formular y aplicar los cambios que sean necesarios, y f) Promover la cooperación internacional para el intercambio de ideas y experiencias y la ejecución de programas encaminados a proteger a la mujer objeto de violencia.

Artículo 9°

Para la adopción de las medidas a que se refiere este capítulo, los Estados Partes tendrán especialmente en cuenta la situación de vulnerabilidad a la violencia que pueda sufrir la mujer en razón, entre otras, de su raza o de su condición étnica, de migrante, refugiada o desplazada. En igual sentido se considerará a la mujer que es objeto de violencia cuando está embarazada, es discapacitada, menor de edad, anciana, o está en situación socioeconómica desfavorable o afectada por situaciones de conflictos armados o de privación de su libertad.

Capítulo IV

Mecanismos Interamericanos de Protección

Artículo 10

Con el propósito de proteger el derecho de la mujer a una vida libre de violencia, en los informes nacionales a la Comisión Interamericana de Mujeres, los Estados Partes deberán incluir información sobre las medidas adoptadas para prevenir y erradicar la violencia contra la mujer, para asistir a la mujer afectada por la violencia, así como sobre las dificultades que observen en la aplicación de las mismas y los factores que contribuyan a la violencia contra la mujer.

Artículo 11

Los Estados Partes en esta Convención y la Comisión Interamericana de Mujeres, podrán requerir a la Corte Interamericana de Derechos Humanos opinión consultiva sobre la interpretación de esta Convención.

Artículo 12

Cualquier persona o grupo de personas, o entidad no gubernamental legalmente reconocida en uno o más Estados miembros de la Organización, puede presentar a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos peticiones que contengan denuncias o quejas de violación del artículo 7° de la presente Convención por un Estado Parte, y la Comisión las considerará de acuerdo con las normas y los requisitos de procedimiento para la presentación y consideración de peticiones estipulados en la Convención Americana sobre Derechos Humanos y en el Estatuto y el Reglamento de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Capítulo V

Disposiciones generales

Artículo 13

Nada de lo dispuesto en la presente Convención podrá ser interpretado como restricción o limitación a la legislación interna de los Estados Partes que prevea iguales y mayores protecciones y garantías de los derechos de la mujer y salvaguardias adecuadas para prevenir y erradicar la violencia contra la mujer.

Artículo 14

Nada de lo dispuesto en la presente Convención podrá ser interpretado como restricción o limitación a la Convención Americana sobre Derechos Humanos o a otras convenciones

internacionales sobre la materia que prevean iguales o mayores protecciones relacionadas con este tema.

Artículo 15

La presente Convención está abierta a la firma de todos los Estados miembros de la Organización de los Estados Americanos.

Artículo 16

La presente Convención está sujeta a ratificación. Los instrumentos de ratificación se depositarán en la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos.

Artículo 17

La presente Convención queda abierta a la adhesión de cualquier otro Estado. Los instrumentos de adhesión se depositarán en la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos.

Artículo 18

Los Estados podrán formular reservas a la presente Convención al momento de aprobarla, firmarla, ratificarla o adherir a ella, siempre que: a) No sean incompatibles con el objeto y propósito de la Convención; b) No sean de carácter general y versen sobre una o más disposiciones específicas.

Artículo 19

Cualquier Estado Parte puede someter a la Asamblea General, por conducto de la Comisión Interamericana de Mujeres, una propuesta de enmienda a esta Convención. Las enmiendas entrarán en vigor para los Estados ratificantes de las mismas en la fecha en que dos tercios de los Estados Partes hayan depositado el respectivo instrumento de ratificación. En cuanto al resto de los Estados Partes, entrarán en vigor en la fecha en que depositen sus respectivos instrumentos de ratificación.

Artículo 20

Los Estados Partes que tengan dos o más unidades territoriales en las que rijan distintos sistemas jurídicos relacionados con cuestiones tratadas en la presente Convención podrán declarar, en el momento de la firma, ratificación o adhesión, que la Convención se aplicará a todas sus unidades territoriales o solamente a una o más de ellas. Tales declaraciones podrán ser modificadas en cualquier momento mediante declaraciones ulteriores, que especificarán expresamente la o las unidades territoriales a las que se aplicará la presente Convención. Dichas declaraciones ulteriores se transmitirán a la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos y surtirán efecto treinta días después de recibidas.

Artículo 21

La presente Convención entrará en vigor el trigésimo día a partir de la fecha en que se haya depositado el segundo instrumento de ratificación. Para cada Estado que ratifique o adhiera a la Convención después de haber sido depositado el segundo instrumento de ratificación, entrará en vigor el trigésimo día a partir de la fecha en que tal Estado haya depositado su instrumento de ratificación o adhesión.

Artículo 22

El Secretario General informará a todos los Estados miembros de la Organización de los Estados Americanos de la entrada en vigor de la Convención.

Artículo 23

El Secretario General de la Organización de los Estados Americanos presentará un informe anual a los Estados miembros de la Organización sobre el estado de esta Convención, inclusive sobre las firmas, depósitos de instrumentos de ratificación, adhesión o declaraciones, así como las reservas que hubieren presentado los Estados Partes y, en su caso, el informe sobre las mismas.

Artículo 24

La presente Convención regirá indefinidamente, pero cualquiera de los Estados Partes podrá denunciarla mediante el depósito de un instrumento con ese fin en la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos. Un año después a partir de la fecha del depósito del instrumento de denuncia, la Convención cesará en sus efectos para el Estado denunciante, quedando subsistente para los demás Estados Partes.

Artículo 25

El instrumento original de la presente Convención, cuyos textos en español, francés, inglés y portugués son igualmente auténticos, será depositado en la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos, la que enviará copia certificada de su texto para su registro y publicación a la Secretaría de las Naciones Unidas, de conformidad con el artículo 102 de la Carta de las Naciones Unidas. En fe de lo cual, los plenipotenciarios infrascritos, debidamente autorizados por sus respectivos gobiernos, firman el presente Convenio, que se llamará Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y erradicar la Violencia contra la Mujer «Convención de Belem Do Para». Hecha en la ciudad de Belem Do Para, Brasil, el nueve de junio de mil novecientos noventa y cuatro. El suscrito Jefe de la Oficina Jurídica del Ministerio de Relaciones Exteriores,

HACE CONSTAR:

Que la presente reproducción es fiel fotocopia tomada del texto certificado de la «Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer», suscrita en Belem Do Para, Brasil, el 9 de junio de 1994.

Dada en Santafé de Bogotá, D. C., a los veintitrés (23) días del mes de marzo de mil novecientos noventa y cinco (1995).

Jefe Oficina Jurídica (E.),

Sonia Pereira Portilla.

Rama Ejecutiva del Poder Público - Presidencia de la República

Santafé de Bogotá, D. C.

Aprobado. Sométase a la Consideración del honorable Congreso Nacional para los efectos constitucionales.

ERNESTO SAMPER PIZANO

El Ministro de Relaciones Exteriores,

(Fdo.) Rodrigo Pardo García-Peña.

DECRETA:

Artículo 1°. Apruébase la «Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer», suscrita en Belem Do Para, Brasil el 9 de junio de 1994.

Artículo 2°. De conformidad con el artículo 1° de la Ley 7ª de 1994, la « Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer », que por el artículo 1° de esta Ley se aprueba, obligará al país a partir de la fecha en que se perfeccione el vínculo internacional respecto del mismo.

Artículo 3°. La presente Ley rige a partir de la fecha de su publicación.

El Presidente del honorable Senado de la República,

Julio César Guerra Tulena.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Pedro Pumarejo Vega.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Rodrigo Rivera Salazar.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

Diego Vivas Tafur.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Comuníquese y publíquese.

Ejecútese previa revisión de la Corte Constitucional, conforme al artículo 241-10 de la Constitución Política.

Dada en Santafé de Bogotá, D. C., a los 29 diciembre 1995.

ERNESTO SAMPER PIZANO

El Ministro de Relaciones Exteriores,

Rodrigo Pardo García-Peña.

ANEXO 4.

LEY 575 DE 2000

Diario Oficial No 43.889, de 11 de febrero de 2000

Por medio de la cual se reforma parcialmente la Ley 294 de 1996.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

ARTÍCULO 1°. El artículo 4° de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 1°. Toda persona que dentro de su contexto familiar sea víctima de daño físico o síquico, amenaza, agravio, ofensa o cualquier otra forma de agresión por parte de otro miembro del grupo familiar, podrá pedir, sin perjuicio de las denuncias penales a que hubiere lugar, al Comisario de familia del lugar donde ocurrieren los hechos y a falta de éste al Juez Civil Municipal o promiscuo municipal, una medida de protección inmediata que ponga fin a la violencia, maltrato <sic> o agresión o evite que ésta se realice cuando fuere inminente.

Cuando en el domicilio de la persona agredida hubiere más de un despacho judicial competente para conocer de esta acción, la petición se someterá en forma inmediata a reparto.

Parágrafo 1°. No obstante la competencia anterior podrá acudir al Juez de Paz y al Conciliador en Equidad, con el fin de obtener, con su mediación, que cese la violencia, maltrato o agresión o la evite si fuere inminente. En este caso se citará inmediatamente al agresor a una audiencia de conciliación, la cual deberá celebrarse en el menor tiempo posible. En la audiencia deberá darse cumplimiento a las previsiones contenidas en el artículo 14 de esta ley.

Podrá el Juez de Paz o el Conciliador en Equidad, si las partes lo aceptan, requerir de instituciones o profesionales o personas calificadas, asistencia al agresor, a las partes o al grupo familiar.

Si el presunto agresor no compareciere o no se logra acuerdo alguno entre las partes, se orientará a la víctima sobre la autoridad competente para imponer medidas de protección, a quien por escrito se remitirá la actuación.

<Jurisprudencia Vigencia>

Parágrafo 2°. En los casos de violencia intrafamiliar en las comunidades indígenas, el competente para conocer de estos casos es la respectiva autoridad indígena, en desarrollo de la jurisdicción especial prevista por la Constitución Nacional en el artículo 246.

ARTÍCULO 2°. El artículo 5° de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 5°. Si el Comisario de Familia o el Juez de conocimiento determina que el solicitante o un miembro de un grupo familiar ha sido víctima de violencia o maltrato, emitirá mediante providencia motivada una medida definitiva de protección, en la cual ordenará al agresor abstenerse de realizar la conducta objeto de la queja, o cualquier otra similar contra la persona ofendida u otro miembro del grupo familiar. El funcionario podrá imponer, además, según el caso, las siguientes medidas:

- a) Ordenar al agresor el desalojo de la casa de habitación que comparte con la víctima, siempre que se hubiere probado que su presencia constituye una amenaza para la vida, la integridad física o la salud de cualquiera de los miembros de la familia;
- b) Ordenar al agresor abstenerse de penetrar en cualquier lugar donde se encuentre la víctima, cuando a discreción del funcionario dicha limitación resulte necesaria para prevenir que aquél moleste, intimide, amenace o de cualquier otra forma interfiera con la víctima o con los menores, cuya custodia provisional le haya sido adjudicada;
- c) Prohibir al agresor esconder o trasladar de la residencia a los niños y personas discapacitadas en situación de indefensión miembros del grupo familiar, sin perjuicio de las acciones penales a que hubiere lugar;
- d) Obligación de acudir a un tratamiento reeducativo y terapéutico en una institución pública o privada que ofrezca tales servicios, a costa del agresor cuando éste ya tuviera antecedentes en materia de violencia intrafamiliar;
- e) Si fuere necesario, se ordenará al agresor el pago de los gastos médicos, psicológicos y psíquicos que requiera la víctima;
- f) Cuando la violencia o maltrato revista gravedad y se tema su repetición el Comisario ordenará una protección temporal especial de la víctima por parte de las autoridades de policía, tanto en su domicilio como en su lugar de trabajo, si lo tuviere;
- g) Cualquier otra medida necesaria para el cumplimiento de los propósitos de la presente ley.

Parágrafo 1°. En los procesos de divorcio o de separación de cuerpos por causal de maltrato, el juez podrá decretar cualquiera de las medidas de protección consagradas en este artículo.

Parágrafo 2°. Estas mismas medidas podrán ser dictadas en forma provisional e inmediata por el fiscal que conozca delitos que puedan tener origen en actos de violencia intrafamiliar. El fiscal remitirá el caso en lo pertinente a la Acción de Violencia Intrafamiliar, al Comisario de Familia competente, o en su defecto al Juez Civil Municipal o Promiscuo Municipal, para que continúe su conocimiento.

ARTÍCULO 3°. El artículo 6° de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 6°. Cuando el hecho objeto de la queja constituyere delito o contravención, el funcionario de conocimiento remitirá las diligencias adelantadas a la autoridad competente, sin perjuicio de las medidas de protección consagradas en esta ley.

ARTÍCULO 4°. El artículo 7° de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 7°. El incumplimiento de las medidas de protección dará lugar a las siguientes sanciones:

a) Por la primera vez, multa entre dos (2) y diez (10) salarios mínimos legales mensuales, convertibles en arresto, la cual debe consignarse dentro de los cinco (5) días siguientes a su imposición. La Conversión en arresto se adoptará de plano mediante auto que sólo tendrá recursos de reposición, a razón de tres (3) días por cada salario mínimo;

b) Si el incumplimiento de las medidas de protección se repitiere en el plazo de dos (2) años, la sanción será de arresto entre treinta (30) y cuarenta y cinco (45) días.

En el caso de incumplimiento de medidas de protección impuestas por actos de violencia o maltrato que constituyeren delito o contravención, al agresor se le revocarán los beneficios de excarcelación y los subrogados penales de que estuviere gozando.

ARTÍCULO 5°. El artículo 9° de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 9°. Llevar información sobre hechos de violencia intrafamiliar a las autoridades competentes es responsabilidad de la comunidad, de los vecinos y debe realizarse inmediatamente se identifique el caso.

La petición de medida de protección podrá ser presentada personalmente por el agredido, por cualquier otra persona que actúe en su nombre, o por el defensor de familia cuando la víctima se hallare en imposibilidad de hacerlo por sí misma.

La petición de una medida de protección podrá formularse por escrito, en forma oral o por cualquier medio idóneo para poner en conocimiento del funcionario competente los hechos de violencia intrafamiliar, y deberá presentarse a más tardar dentro de los treinta (30) días siguientes a su acaecimiento.

<Jurisprudencia Vigencia>

ARTÍCULO 6°. El artículo 11 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 11. El Comisario o el Juez, según el caso, recibirá y avocará en forma inmediata la petición, y si estuviere fundada en al menos indicios leves, podrá dictar dentro de las cuatro (4) horas hábiles siguientes, medidas de protección en forma provisional tendientes a evitar la continuación de todo acto de violencia, agresión, maltrato, amenaza u ofensa contra la víctima, so pena de hacerse el agresor acreedor a las sanciones previstas en esta ley para el incumplimiento de las medidas de protección.

Contra la medida provisional de protección no procederá recurso alguno.

Igualmente podrá solicitar prueba pericial, técnica o científica, a peritos oficiales, quienes rendirán su dictamen conforme a los procedimientos establecidos por el Instituto de Medicina Legal y Ciencias Forenses.

ARTÍCULO 7°. El artículo 12 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 12. Radicada la petición, el Comisario o el Juez, según el caso, citará al acusado para que comparezca a una audiencia que tendrá lugar entre los cinco (5) y diez (10) días siguientes a la presentación de la petición. A esta audiencia deberá concurrir la víctima.

La notificación de citación a la audiencia se hará personalmente o por aviso fijado a la entrada de la residencia del agresor.

Parágrafo. Si las víctimas son personas discapacitadas en situación de indefensión deberá ser notificada la personería. El Personero o su delegado deberá estar presente en las audiencias. Su ausencia no impide la realización de la misma, pero constituye falta grave disciplinaria.

ARTÍCULO 8°. El artículo 14 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 14. Antes de la audiencia y durante la misma, el Comisionario o el Juez, según el caso, deberá procurar por todos los medios legales a su alcance, fórmulas de solución al conflicto intrafamiliar entre el agresor y la víctima, a fin de garantizar la unidad y armonía de la familia, y especialmente que el agresor enmiende su comportamiento. En todos los casos, propiciará el acercamiento y el diálogo directo entre las partes para el logro de acuerdo sobre paz y la convivencia en familia. En la misma audiencia decretará y practicará las pruebas que soliciten las partes y las que de oficio estime conducentes.

ARTÍCULO 9°. El artículo 15 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 15. Si el agresor no compareciere a la audiencia se entenderá que acepta los cargos formulados en su contra.

No obstante, las partes podrán excusarse de la inasistencia por una sola vez antes de la audiencia o dentro de la misma, siempre que medie justa causa. El funcionario evaluará la excusa y, si la encuentra procedente, fijará fecha para celebrar la nueva audiencia dentro de los cinco (5) días siguientes.

ARTÍCULO 10. El artículo 16 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 16. La resolución o sentencia se dictará al finalizar la audiencia y será notificada a las partes en estrados. Se entenderán surtidos los efectos de la notificación desde su pronunciamiento. Si alguna de las partes estuviere ausente, se le comunicará la decisión mediante aviso, telegrama o por cualquier otro medio idóneo.

De la actuación se dejará constancia en acta, de la cual se entregará copia a cada una de las partes.

Parágrafo. En todas las etapas del proceso, el Comisario contará con la asistencia del equipo interdisciplinario de la Institución.

ARTÍCULO 11. El artículo 17 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 17. El funcionario que expidió la orden de protección mantendrá la competencia para la ejecución y el cumplimiento de las medidas de protección.

Las sanciones por incumplimiento de las medidas de protección se impondrán en audiencia que deberá celebrarse dentro de los diez (10) días siguientes a su solicitud, luego de haberse practicado las pruebas pertinentes y oídas los descargos de la parte acusada.

No obstante cuando a juicio de Comisario sean necesario ordenar el arresto, luego de practicar las pruebas y oídos los descargos, le pedirá al Juez de Familia o Promiscuo de Familia, o en su defecto, al Civil Municipal o al Promiscuo que expida la orden correspondiente, lo que decidirá dentro de las 48 horas siguientes.

La Providencia que imponga las sanciones por incumplimiento de la orden de protección, provisional o definitiva, será motivada y notificada personalmente en la audiencia o mediante aviso.

ARTÍCULO 12. El artículo 18 de la 294 de 1996 quedará así:

Artículo 18. En cualquier momento, las partes interesadas, el Ministerio Público, el Defensor de Familia, demostrando plenamente que se han superado las circunstancias que dieron origen a las medidas de protección interpuestas, podrán pedir al funcionario que expidió las orden la terminación de los efectos de las declaraciones hechas y la terminación de las medidas ordenadas.

Contra la decisión definitiva sobre una medida de protección que tomen los Comisarios de Familia o los Jueces Civiles Municipales o Promiscuos Municipales, procederá en el efecto devolutivo, el Recurso de Apelación ante el Juez de Familia o Promiscuo de Familia.

Serán aplicables al procedimiento previsto en la presente ley las normas procesales contenidas en el Decreto número 2591 de 1991, en cuanto su naturaleza lo permita.

ARTÍCULO 13. El artículo 30 de la Ley 294 de 1996 quedará así:

Artículo 30. Los municipios que no hayan dado cumplimiento a lo previsto en el artículo 295 del Código del Menor, dispondrán de un año, contado a partir de la fecha de vigencia de la presente ley, para crear y poner en funcionamiento por lo menos una Comisaría de Familia que cuente con el equipo interdisciplinario del que habla el artículo 295, inciso 2°, del Código del Menor.

Parágrafo. A partir de la vigencia de esta ley los Comisarios de Familia serán funcionarios de Carrera Administrativa.

<Jurisprudencia Vigencia>

ARTÍCULO 14. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación.

ANEXO 5.

LEY 882 DE 2004

Por medio de la cual se modifica el artículo [229](#) de la Ley 599 de 2000.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. El artículo 229 de la Ley 599 de 2000 quedará así:

Violencia Intrafamiliar. El que maltrate física o psicológicamente a cualquier miembro de su núcleo familiar, incurrirá, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena mayor, en prisión de uno (1) a tres (3) años.

La pena se aumentará de la mitad a las tres cuartas partes cuando el maltrato, del que habla el artículo anterior recaiga sobre un menor, una mujer, un anciano, una persona que se encuentre en incapacidad o disminución física, sensorial y psicológica o quien se encuentre en estado de indefensión.

Artículo 2°. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

El Presidente del honorable Senado de la República,

Germán Vargas Lleras.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Alonso Acosta Osio.

El Secretario de la honorable Cámara de Representantes,

Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y ejecútese.

Dada en Bogotá, D. C., a 2 de junio de 2004.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Ministro del Interior y de Justicia,

Sabas Pretelt de la Vega.

ANEXO 6.

DISEÑO DE PRIMER AFICHE. ESTRATEGIA DENUNCIA.

**A TUS HIJOS LES DUELE TANTO COMO A TI
HAZLO POR ELLOS...**



¡DENUNCIA YA!
Llama al 112

ANEXO 7.

DISEÑO DE SEGUNDO AFICHE. ESTRATEGIA DENUNCIA.

**A TUS HIJOS LES DUELE TANTO COMO A TI
HAZLO POR ELLOS...**



¡DENUNCIA YA!

Llama al 112



ANEXO 8.

DISEÑO DE TERCER AFICHE. ESTRATEGIA DENUNCIA.

**A TUS HIJOS LES DUELE TANTO COMO A TI
HAZLO POR ELLOS...**



¡DENUNCIA YA!
Llama al 112

ANEXO 9.

DISEÑO DE BROCHURE. ESTRATEGIA DENUNCIA. (TIRO).

RUTA DE ATENCIÓN ESTATAL PARA LAS VÍCTIMAS DE LA VIOLENCIA FÍSICA

 <p>1. IDENTIFICACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO</p> <p>Estas entidades y sectores de la comunidad pueden detectar un caso de violencia física, reportarlo a las autoridades y prestar servicios de apoyo e información a las víctimas.</p> <p>Entidades</p> <ul style="list-style-type: none">- Comisarías de familia- IDIPRON- ICBF- Procuraduría- Personerías jurídicas- Defensoría del Pueblo- Juzgados- Casas de justicias- Policía <p>Salud</p> <ul style="list-style-type: none">- Clínicas y hospitales públicos- Unidades básicas de Atención en Salud ---UBAS- Unidades Primarias de Atención en salud---UPAS- Centros de Atención Médica Inmediata ---CAMI- Centros de salud <p>Comunidad</p> <ul style="list-style-type: none">- Vecinas y vecinos- Juntas de acción comunal- Organizaciones sociales- Iglesias- Defensa civil- Unidades de mediación y conciliación	<p>2. DENUNCIA</p> <p>Estas entidades son las encargadas de recibir la denuncia y proteger a la víctima a través de una MEDIDA DE PROTECCIÓN, que es una orden que emite la Fiscalía, las Comisarías de Familia o la Policía Judicial, que obliga al agresor a detener todo acto de violencia o será sancionado por la ley.</p> <ul style="list-style-type: none">- Jueces y Juezas- Fiscalía- CTI- DIJIN- DAS- Inspecciones y Estaciones de Policía- Casas de Justicia- Comisarías de familia <p>3. INVESTIGACIÓN</p> <p>4. EL JUICIO</p>	
---	---	--

78 DE CADA 100 VÍCTIMAS DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR SON MUJERES

DISEÑO DE BROCHURE. ESTRATEGIA DENUNCIA. (RETIRO).



CONOCE LOS INSTRUMENTOS NACIONALES PARA COMBATIR LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

- Ley 248 de 1995
Por medio de la cual se aprueba la Convención Internacional para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, suscrita en la ciudad de Belem Do Para, Brasil, el 9 de junio de 1994.
- Ley 294 de 1996, reformada por la Ley 575 de 2000
Por medio de la cual se dictan normas para prevenir, remediar, sancionar la violencia intrafamiliar.

CONOCE LOS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES PARA COMBATIR LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

- Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra de la mujer (CEDAW)1981.
- Declaración y Plataforma de Acción de Viena 1993
- Programa de Acción del Cairo 1994.
- Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing 1995
- Protocolo Facultativo de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación en contra de la Mujer 1999.
- Nuevas Medidas y Aplicación de la Plataforma para la Acción de Beijing 2000



ANEXO 10.
DISEÑOS DE FREE CARDS. ESTRATEGIA DENUNCIA.

