

6

Campañas de prevención de violencia de género en Cundinamarca y Bogotá

Patricia Briceño Alvarado, Estefanía Molina Giraldo,
Diego Ocampo Loaiza, Jaime Alberto Carmona Parra
y Florentino Moreno Martín

El estudio, objeto de este capítulo, se enmarca en el proyecto de investigación: “Inventario y análisis de las campañas de prevención de la violencia de género en Colombia 2000-2014”. El proyecto se llevó a cabo de manera articulada entre la Fundación Universitaria Luis Amigo, la Universidad de Manizales y el Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano (CINDE), bajo la dirección internacional del Doctor Florentino Moreno Martín de la Universidad Complutense de Madrid y de la dirección nacional del Doctor Jaime Alberto Carmona de la Universidad de Manizales.

De manera específica, este capítulo pretende dar cuenta de las campañas de prevención de la violencia de género del ámbito nacional, de Bogotá y del Departamento de Cundinamarca, realizadas por instituciones públicas o privadas entre los años 2000 y 2014. A través de los resultados que se exponen en este capítulo, se espera hacer un aporte que optimice la ejecución y el impacto de futuras campañas.

Modelo de citación:

Briceño, P., Molina, E., Ocampo, D., Carmona-Parra, J., y Moreno, F. (2018) Campañas de prevención de violencia de género en Cundinamarca y Bogotá. En Moreno, F., Carmona-Parra, J., Ocampo, D., Vargas, A., y Alvarado, S. (Eds) (2018). *Campañas de prevención de violencia de género en Colombia y España* (pp. 105-121) Manizales, Colombia: Fondo Editorial Universidad de Manizales.

Específicamente, en el Distrito Capital se han desarrollado políticas públicas y normas que presentan alternativas para defender los derechos de la mujer. En primer lugar, está el Acuerdo 091 (2003) del Concejo de Bogotá, en el que se establece el *Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género* y se ordena su formulación, seguimiento y evaluación, en consonancia con lo exigido por la Ley 51 (1981), por la cual se aprueba la “Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer”. Esta convención fue adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 18 de diciembre de 1979 y firmada en Copenhague el 17 de julio de 1980. Además, fue reglamentada por el Decreto 1398 (1990), la Ley 823 (2003), la ley 581 (2000) y el Decreto 2200 (1999). Estas normas dieron lugar a una jurisprudencia como el Fallo 390 de 2001 del Consejo de Estado, al dirimir una acción de tutela sobre el derecho femenino a elegir y a ser elegida (CE Fallo 390, 2001).

Además, en el Distrito Capital, se implementó el *Plan de Desarrollo Bogotá sin Indiferencia 2004-2008*, que define sus políticas respecto a “la perspectiva de mujer y género orientada a la creación de condiciones para alcanzar la igualdad de oportunidades, el ejercicio efectivo de los derechos y el respeto a las diferencias”, consignadas en el Plan de Desarrollo Bogotá sin Indiferencia (Acuerdo 119, 2004), el cual concreta la formulación del *Plan de Igualdad de Oportunidades* con proyección del 2004 al 2016.

En ese contexto normativo, se concretan los compromisos en una *Política Pública de Mujer y Equidad de Género en el Distrito Capital* y se crea la “Subsecretaría de la Mujer, géneros y diversidad sexual”, órgano de la Secretaría Distrital de Planeación. Éste es responsable de esta política y de la formulación y puesta en marcha del *Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género* (Alcaldía de Bogotá, 2004).

Posteriormente, el *Plan de Desarrollo Bogotá Positiva 2008-2012*, mediante el decreto 166 (2010), adopta la *Política Pública de Mujer y Equidad de Género en el Distrito Capital* para el reconocimiento, la garantía y la restitución de los derechos de las mujeres de la zona rural y urbana de la ciudad.

Más adelante, el *Plan de Desarrollo Bogotá Humana 2012-2016* (Acuerdo 489, 2012) presenta el programa de desarrollo con igualdad de oportunidades y equidad de género para las mujeres. Las acciones implementadas tienen como marco las disposiciones de la ley 1257 (2008) y la Ley 985 (2005), que propician las condiciones para la superación de las restricciones de las mujeres para ejercer sus libertades. Para ello, se requiere reconocer que las violencias contra las mujeres obstaculizan el ejercicio de sus

derechos. Además, es preciso visibilizar cómo se ven afectadas las mujeres de acuerdo con sus condiciones particulares de sexo, identidad, orientación sexual, etnia, ciclo vital, discapacidad y edad.

En el gobierno de Bogotá Humana se conformó la Secretaría Distrital de la Mujer para adelantar acciones de prevención, protección y restablecimiento de derechos a las mujeres víctimas de la violencia en la ciudad, mediante el *Sistema Distrital de Protección Integral a las mujeres víctimas de violencia- SOFÍA*, creado mediante acuerdo 421 (2009) del Concejo de Bogotá.

Finalmente, la Secretaría de la Mujer, en su labor de implementar la *Política Pública de Mujer y Equidad de Género* con los otros sectores de la administración, diseñó un “Manual de Sensibilización”, que se viene implementando desde 2014, dirigido a los servidores públicos y a la ciudadanía. Cabe añadir que la Secretaría Distrital de la Mujer creó el Observatorio de Mujeres y Equidad de Género de Bogotá, que publica informes sobre diversos tópicos respecto a las condiciones de las mujeres en las localidades de la ciudad, datos útiles para aproximarse a la implementación de las políticas públicas.

Con el fin de saber cómo se ha hecho efectiva la política pública para proteger la mujer contra toda clase de violencias, se elevó, como parte de este proyecto de investigación, un derecho de petición al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), para que informaran sobre el tipo de campañas y propuestas publicitarias que se habían desarrollado en los últimos años. Se recibió respuesta con radicado número 739003 de 2016, donde el ministerio indica que, en 2010, se creó el Comité de Comunicaciones para prevenir la violencia de género, en el que participa la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. Este comité desarrolla una estrategia de prevención de violencia de género mediante la campaña: “Mujer, tienes derechos, estamos contigo”.

MINTIC informó que sus programas de difusión han contribuido a erradicar la violencia contra las mujeres y a fomentar la equidad entre hombres y mujeres. Esta campaña se realizó por radio, televisión, impresos e internet. En adición, MINTIC cuenta con dos canales de denuncia de la pornografía y de la explotación sexual infantil en Internet. Además, ha realizado un trabajo de sensibilización a los periodistas sobre la violencia contra la mujer.

Ahora bien, en su respuesta, MINTIC informó sobre los medios utilizados en la campaña:

- Piezas Impresas. Principales aspectos del auto 092 (CC Auto 092, 2008). Según este auto, adopta: un lenguaje no sexista; la apropiación femenina de las TIC; responsabilidades de las entidades del Estado en la aplicación de la ley 1257 (2008); tratamiento periodístico sobre la no violencia contra las mujeres; promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en las empresas.
- Televisión. Producción de mensajes de televisión grabados con cantantes, actores de cine y televisión, periodistas y comentaristas deportivos. Los mensajes fueron emitidos por canales de televisión abierta, pública y privada.
- Videos educativos. MINTIC realizó videos pedagógicos sobre las competencias de las entidades del Estado. Este material fue remitido para trabajos pedagógicos a todas las entidades que conformaron el Comité de Comunicaciones, a las gobernaciones, las alcaldías y las organizaciones que se adhirieron a la estrategia y a los canales de televisión comunitaria.
- En el “Día internacional de la no violencia contra la mujer”, MINTIC se vinculó activamente al “Segundo festival internacional, ni con el pétalo de una rosa, mujeres y niñas sin violencias”.
- Spots digitales¹³ para uso periodístico de la violencia contra la mujer; campaña “Cero Tolerancia con la pornografía infantil en Internet” en alianza con la Sociedad de actores y actrices de Colombia.
- Cuñas de Radio. En 2010, MINTIC estableció una alianza estratégica con CORDAID, SINERGYA, ACNUR y FUNDAIM, para divulgar 16 mensajes radiales en todas las emisoras que operan en el país, mediante las cuales se informó a las mujeres sobre la no violencia contra la mujer. Las cuñas fueron distribuidas a todas las emisoras radiales junto con un resumen de los aspectos más relevantes de la ley.

En el marco de la estrategia “Mujer tienes derechos”, los mensajes fueron difundidos por las emisoras comunitarias de todo el país, las 36 emisoras de la Policía Nacional, la red de emisoras universitarias, las 26 emisoras indígenas y la cadena radial RCN.

En 2015, MINTIC, a través de RTVC, produjo dos mensajes de radio para promover la línea #155 de orientación a las mujeres víctimas de vio-

13 Se entiende por spot digital una programación televisiva o de radio (medios masivos). Es breve, pero entendible, y está destinado a la publicidad de un producto o servicio para cautivar el cliente. También se puede definir como un comercial corto que dura entre 20 y 60 segundos.

lencia. Estos mensajes fueron distribuidos por todas las emisoras comunitarias y de interés público. MINTIC considera que las nuevas tecnologías son una oportunidad para que las mujeres ejerzan sus derechos en condiciones de igualdad y, con ellas, se les abre un mundo amplio de posibilidades para su desarrollo.

Una vez aportada esta información de contexto sobre los desarrollos en Políticas Públicas del Gobierno Nacional y Distrital, se procede con compartir el análisis realizado con las campañas de prevención de violencia de género compiladas en este proyecto de investigación en el nivel nacional, de Cundinamarca y distrital (Bogotá).

6.1 Metodología

Para el logro de los objetivos propuestos, la investigación abarcó dos fases: la primera de recolección de campañas de prevención de violencia de género y de indagación documental sobre los tópicos centrales de la investigación; y, la segunda, de análisis de las piezas recolectadas.

Universo y muestra

Consecuente con los parámetros de la investigación internacional, el objeto de estudio de la primera fase en Colombia se centró en las campañas publicitarias que tenían como propósito prevenir o develar la violencia de género en el periodo comprendido entre el año 2000 y el 2014 y, más concretamente, en los carteles de las campañas. Como productores potenciales de las campañas se identificaron tres segmentos: (1) las instituciones públicas, (2) las organizaciones políticas y sindicales y (3) las asociaciones de mujeres y otras ONG.

En el primer segmento se identifican como productores potenciales de las campañas: la Presidencia de la República, la Alcaldía Mayor de Bogotá con sus Secretarías y otras alcaldías de Cundinamarca. Para el segundo segmento, no se identificaron campañas promovidas por organizaciones políticas y sindicales a nivel nacional y distrital. En el tercer segmento, se identificaron diversas organizaciones de mujeres: Asociación de Madres y Mujeres Abriendo Caminos, Casa de la Mujer, Grupo de Mujeres *Pazíficas*, Colectivo Mujeres *Pazíficas* de Cali y la Alianza Iniciativa de Mujeres Colombianas por la Paz. Además, se obtuvo información de otras ONG nacionales: Corporación de Investigación y Acción Social y Económica (CIASE); Comisión Mujer Iglesia (Conferencia de Religiosos de Colombia, CRC), Corporación Opción Legal Secretariado Nacional de Pastoral Social Cáritas, Casa Ensamble Laboratorio Creativo, Conferencia Episcopal

de Colombia, y algunas del nivel internacional como la Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe (RSMLAC).

Procedimiento

Acopio y organización del material

Para la compilación de piezas comunicativas se exploró en las páginas web de las instituciones mencionadas. Para contar con la autorización de las instituciones creadoras de dichas piezas, se remitió, mediante correo electrónico, una carta que comunicaba el propósito de la investigación, el interés de incluir las piezas en la misma y el beneficio para las instituciones de contar con una base de datos consolidada por los integrantes de la investigación, con las campañas de prevención a nivel nacional.

Preparación para el análisis

La base de datos consta de dos ficheros en Ms-Excel. En uno se identifican las piezas con códigos acordados previamente por el equipo investigador, teniendo en cuenta datos como ubicación geográfica donde fueron realizadas, año de publicación, palabras claves, nombre y carácter de las instituciones creadoras, organismos colaboradores, hipervínculo de acceso a cada pieza, entre otros. En el otro fichero se describe el contenido de cada pieza, tanto en lo referido a los textos como en lo referido al contenido iconográfico (Figuras, logos, personajes, contextos, entre otros).

Con base en estos datos, se procedió a realizar el análisis denotativo y connotativo de los carteles en función de los objetivos de la investigación. Por ende, se procedió del siguiente modo:

- La descripción de los tipos de violencia se realizó con base en el análisis textual y gráfico de las acciones manifiestas o implícitas en los carteles, bien sea en las imágenes, en los textos o en los mensajes derivados de la combinación de ambos.
- La caracterización de las víctimas y de los agresores, así como el análisis de las consecuencias de la violencia presente en las campañas, se obtuvieron, de una parte, de los datos directos de los protagonistas de cada cartel y, de otra, de un análisis connotativo soportado en la información textual e icónica.
- Los objetivos comunicacionales de las campañas fueron identificados con base en el criterio de clasificación de los tres niveles de prevención de violencia de género: primaria, secundaria y terciaria.

6.2 Filiación institucional de las entidades que aportaron las campañas que conforman la muestra

En primer lugar, en la muestra de campañas y carteles se cuenta con el aporte de las instituciones públicas. El primer grupo corresponde a las entidades vinculadas a la Presidencia de la República (Acción Social, Alta Consejería para la Equidad de la Mujer y Despacho de la Primera Dama). También hacen parte las instituciones de la ciudad de Bogotá, que incluyen las piezas creadas por dos de sus secretarías distritales (de Salud y de la Mujer), así como por la Alcaldía Mayor de Bogotá (localidades Kennedy y Suba). Por último, en este grupo de instituciones públicas se incluyen las piezas creadas por distintas alcaldías del departamento de Cundinamarca (Facatativá, Fusagasugá, Soacha, Tabio y Tenjo). En el bloque previsto de organizaciones políticas y sindicales no se encontraron piezas.

El tercer bloque está constituido por otras organizaciones de carácter no gubernamental: organizaciones específicamente de mujeres (Asociación de Madres y mujeres abriendo caminos; Alianza Iniciativa de las Mujeres por la Paz; Casa de la Mujer; Grupo de mujeres *pazíficas*; Colectivo de mujeres *pazíficas* de Cali); y, por otro lado, distintas ONG nacionales (CIASE Corporación de Investigación y Acción Social y Económica; Corporación Humanas Colombia; Corporación

Tabla 6. Distribución de campañas según impulsor consignado en los carteles

Estratos	Entidades	Nº de entidades	Campanas	Carteles	%Carteles
1. Instituciones públicas					
	Estado. Presidencia República	3	3	6	13,95
	Bogotá. Alcaldía Mayor y Secretarías	4	4	10	23,26
	Otras Alcaldías de Cundinamarca	5	6	7	16,28
	Subtotal Instituciones Públicas	12	13	23	53,49
2. Organizaciones políticas y sindicales					
	Subtotal Org. políticas y sindicales	0	0	0	0
3. Asociaciones, ONG					
	Asociaciones, ONG de Mujeres		6	7	16,28
	Otras ONG y asociaciones colombianas		8	12	27,91
	ONG internacionales	1	1	1	2,33
	Subtotal asociaciones, ONG		15	20	46,51
Totales			24	43	100

Fuente: elaboración propia.

Opción Legal; Casa Ensamble Laboratorio Creativo; La Alianza) y entidades vinculadas a la Iglesia Católica (Conferencia de Religiosos de Colombia, CRC; Secretariado Nacional de Pastoral Social Cáritas; Conferencia Episcopal de Colombia). Por último, se tiene una ONG de carácter internacional (Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe, RSMLAC).

6.3 Tipos de violencia a los que hacen referencia las campañas

Al consolidar la base de datos de las campañas de prevención de violencia de género se seleccionaron 43 piezas representativas, incluidas las del Estado Central, las de Bogotá y las de Cundinamarca. Éstas se clasificaron según el tipo de violencia al que hacen referencia, teniendo en cuenta cómo se enmarcan los mensajes y qué transmiten, tanto en los textos como en el uso de fotografías o dibujos.

Los criterios de clasificación de los carteles corresponden a la tipología establecida en el artículo 2 de la declaración de la Asamblea de las Naciones Unidas de diciembre de 1993, que determina tres formas de violencia contra la mujer: física, sexual y psicológica. Para efectos de la presente investigación, se incluyen dentro de esta última categoría las manifestaciones de malos tratos de tipo social o económico con la denominación de violencia psicosocial. Se considera violencia física en los carteles cualquier signo de agresión no sexual contra el cuerpo de la mujer, tales como agresiones que producen hematomas, rasguños, sangre, entre otras afectaciones de tipo físico. Como violencia sexual, se identifican las acciones sexuales no consentidas que se aprecien en la imagen (abuso sexual, violación) o en el mensaje de texto del cartel, impliquen o no contacto físico, como es el caso del acoso y del exhibicionismo. Por su parte, la violencia psicosocial incluye todos los carteles que indican malos tratos, los cuales pueden ser emocionales o cognitivos y que se expresen mediante gritos, humillación, intimidación y control, así como su manifestación en expresiones de tristeza o miedo en la mujer. Además, se incluyen dos categorías adicionales que no encajan directamente en las anteriores: los carteles que hacen alusión a varios tipos de violencias, incluidos aquellos que vinculan la violencia política con la violencia machista, la cual se asocia con el patriarcado, y las piezas que aluden a la violencia en general, como las campañas de promoción de derechos humanos contra todo tipo de violencias. Con base en lo expuesto, se presenta su distribución en la Tabla 7.

Tabla 7. Tipos de violencia a los que aluden los carteles diferenciados en cinco grupos

Tipos de Violencia agrupados	N3mero de carteles	% V3lido
1. F3sica	9	20.93
2. Sexual	12	27.90
3. Psicosociol3gica	5	11.62
4. Varios tipos de violencia	11	25.58
5. Violencia en general	6	13.95
Total	43	99,9%

Fuente: elaboraci3n propia.

A continuaci3n, se lleva a cabo un an3lisis de las piezas seg3n la clasificaci3n propuesta. Esta tipolog3a permitir3, al final, la elaboraci3n de un an3lisis comparativo entre las piezas del Estado, de Cundinamarca y de Bogot3.

Como lo indica la Tabla 7, la violencia sexual es la que ocupa el primer lugar en referencia a la frecuencia en los carteles del caso analizado. Sin embargo, solo dos de ellos emplean fotograf3as de rostros, uno de mujer y otro de ni1a, para acompa1ar el mensaje de rechazo a la violencia sexual contra cada una de ellas. En este 3ltimo se resalta que la ni1a no est3 en edad de asumir la maternidad. Estas im3genes no muestran signos de violencia. En el cartel del rostro de mujer, el texto indica una cifra (84,2%), alusiva a la prevalencia de la violencia sexual en mujeres. En los carteles restantes, las im3genes est3n delineadas a manera de siluetas de cuerpos femeninos y un cartel presenta una boca con labios rojos. Todos los afiches est3n acompa1ados de textos que indican el evidente rechazo a la violencia sexual.

En segundo lugar, tomando en cuenta el n3mero de piezas, se ubican los afiches alusivos a varias violencias, destacando los que tienen relaci3n con la realidad del contexto nacional, donde la violencia pol3tica se expres3 en el 3mbito de la sexualidad a trav3s de violaciones de mujeres y ni1as. De igual modo, algunas piezas expresan c3mo otras manifestaciones de la violencia pol3tica afectaban de un modo directo la mujer, donde se resalta el desplazamiento forzado, causado por la guerra sostenida entre diversas facciones armadas: guerrilla, paramilitares y el ej3rcito nacional. Estos carteles fueron impulsados, especialmente, por organizaciones no gubernamentales, algunas de ellas de mujeres. Dentro de estos carteles, se identifica uno alusivo al uso intencionado de la publicidad para causar da1o f3sico o psicol3gico a las mujeres, al imponer par3metros de belleza

perjudiciales para la salud. Otros dos afiches tienen que ver con la violencia intrafamiliar con sus manifestaciones de violencia física y psicológica ocurridas en este ámbito.

En número de piezas, el tercer lugar lo ocupa la violencia física. La mayoría de los carteles de esta categoría han sido impulsados por instituciones oficiales, tanto del Estado Central, como de Bogotá y Cundinamarca, mientras que dos afiches han sido promovidos por organizaciones no gubernamentales. En todas las instituciones públicas prima el mensaje de que las mujeres son víctimas de la violencia de los hombres y existe una expresión abierta de sanción social a quienes incurrir en estos actos. En este mismo sentido, se manifiesta el mensaje de dos de los carteles de las ONG. El último de éstos devela el uso de la fuerza o coerción para mantener la desigualdad entre los géneros.

En el cuarto lugar, se encuentran los carteles asociados con la violencia psicosocial, todos ellos promovidos desde entidades oficiales de Bogotá (3) y Cundinamarca (1). Estos carteles hacen alusión a los sentimientos de miedo, temor, humillación e indignación, ante los cuales se invita a la mujer a reaccionar denunciando ante las autoridades.

A continuación, se presentan algunos casos particulares. Uno de los carteles clasificados en violencia física muestra un árbitro de fútbol sacándole tarjeta roja a un hombre que le pegó a una mujer en la cara; ella se cubre la mejilla derecha con su mano del mismo lado. La tarjeta roja empleada en el fútbol, para expulsar jugadores fuera del campo a causa de una falta fuerte, es empleada aquí para censurar la agresión física de un hombre contra una mujer (ver Figura 13). Este mensaje se refuerza con las palabras inscritas en la campaña *Juego Limpio. Actúa y denuncia* “*Las violencias contra las mujeres merecen la pena máxima*” (Secretaría Distrital de la Mujer, 2014), que aluden tanto a los derechos humanos como a las leyes en contra de la violencia de género.

Dentro de otra campaña, una de las piezas alusivas a la violencia sexual muestra la fotografía de una mujer sentada en una cama, abrazando sus piernas flexionadas. Ella tiene el cuerpo envuelto en una sábana y la cabeza inclinada sin que se aprecie su rostro, pues está tapado con su cabello (ver Figura 14). Esta disposición física puede simbolizar vergüenza y humillación de la mujer en su esfera íntima, la cual está representada por la habitación. El texto ubicado en la parte inferior de la imagen de la campaña dice: “*Si eres acosada, manoseada, forzada a tener relaciones u otro acto de tipo sexual en contra de tu voluntad ¡Eres víctima de violencia sexual!*” (Secretaría Distrital de la Mujer, 2013).



Figura 13. Violencia física. Secretaría Distrital de la mujer, Bogotá (2014).



Figura 14. Violencia sexual. Secretaría Distrital de la Mujer, Bogotá, (2013).

El afiche de la Secretaría Distrital de la Mujer (2013), que corresponde a la violencia psicológica, se representa con la fotografía de la mano de una mujer que sostiene un teléfono móvil, del cual, los mensajes ¿usted dónde está?, ¿con quién?, ¿quién le dio permiso de salir?, ¡dígame o no respondo! indican en tono amenazante control por su pareja.

El texto impreso bajo la imagen de la Figura 15 dice: *Si recibes insultos, humillaciones, chantajes, descalificaciones, celos extremos, aislamiento o intentos de control ¡Eres víctima de violencia psicológica!*

También un afiche de la localidad de Kennedy indica violencia psicológica que se expresa en el dibujo de un rostro de una mujer que se quita una máscara de la que se desprende una lágrima y su semblante indica cohibición, desolación y temor.

En el mismo sentido, está el cartel de la violencia económica de 2013, representado por la fotografía de una alcancía rota de color rosado, con un letrero encima que dice: ¡Ningún ahorro, su plata la manejo yo!!! En esta imagen se imprime la violencia no sólo en la destrucción del objeto, sino en el texto de carácter controlador reforzado con los signos de admiración.

Entre los carteles de varias violencias, específicamente de aquellos que relacionan el conflicto armado con la violencia hacia la mujer, se encuentra el de la Corporación de Investigación y Acción Social y Económica (CIASE, 2006): “*Campaña sin Marca registrada. La violencia contra las mujeres no pega. El 85% de las personas en situación de desplazamiento forzado son mujeres, niñas y niños*” (ver Figura 16). En este aparece una mujer sosteniendo en su brazo derecho a su hija pequeña y en el otro una valija. La expresión de la mujer es de preocupación.

6.4 Caracterización explícita e implícita de las víctimas

En este apartado se muestra cómo es el tratamiento de las víctimas en las campañas de prevención de violencia de género, para lo cual las piezas gráficas se analizaron bajo la mirada de tópicos deducibles de las imágenes



Figura 15. Violencia psicológica. Secretaría Distrital de la Mujer, Bogotá. (2013).



Figura 16. Violencia política y violencia contra la mujer. CIASE (2006).

de las víctimas, tales como el sexo, el estado civil, el rango de edad y el nivel económico.

Así pues, se observó que, de las 43 piezas gráficas, 37 ponen la mujer en la posición de víctimas. Quince de éstas lo hacen de forma evidente por medio de fotografías de mujeres y algunas de niñas (2), y las restantes a través de siluetas del cuerpo femenino mediante dibujo o de objetos asociados a lo femenino, acompañadas de textos alusivos a la intolerancia de la violencia hacia la mujer.

Con base en los carteles que incluyen fotografías de mujeres, se puede afirmar que representan mujeres mestizas y afrocolombianas, de edades comprendidas entre los 20 y 45 años, salvo los carteles en los que aparecen niñas. Uno de éstos contiene el rostro de una niña de 10 años aproximadamente, y el otro contiene una niña de dos años alzada en brazos por su madre. El empleo de las cifras que acompañan los carteles de la ONG CIASE indica que, en un porcentaje importante, las mujeres son víctimas de violencia física y desplazamiento forzado. Otros carteles de ONG denuncian que las mujeres están siendo víctimas de la guerra y esto se expresa tanto en situaciones de desplazamiento forzado como en las violaciones de que son objeto por hombres vinculados a grupos armados. A través de los textos de los carteles se aprecia también que las mujeres son víctimas de violencia psicológica en términos de intimidación y maltrato intrafamiliar. Por medio del vestuario de las mujeres se aprecia que entre ellas se encuentran campesinas y ciudadinas.

Es así como, con base en lo expuesto anteriormente y según el tratamiento dado a las mujeres en las campañas de prevención, se puede decir que no existen límites o estereotipos que cataloguen las mujeres que son o no víctimas de violencia de género, pues cualquiera de ellas, sea niña, joven o adulta, con diferente nivel de ingresos económicos o etnia, puede ser víctima de violencia física, sexual, psicológica o económica.

6.5 Caracterización explícita e implícita de los victimarios

A continuación, se tomará como protagonista de este apartado al victimario o actor social, quien ejerce la violencia de género en las 37 piezas alusivas a las violencias correspondientes al Estado Central, Bogotá y Cundinamarca. De forma breve se realizará una descripción sobre cómo y de qué manera es representado el victimario en cada una de las piezas gráficas.

En veintiun afiches se menciona el hombre como victimario en los textos. Sin embargo, no se pueden determinar las caracteristicas de ellos porque tan solo se nombran genericamente y no existen imagenes que permitan identificar rasgos especificos. Esto es posible tan solo en dos afiches que presentan fotografia del victimario.

En el primero aparece un hombre mestizo de 45 años aproximadamente, quien está tras las rejas, a causa de maltrato físico a las mujeres. Su aspecto físico y su vestuario dan indicios de una persona con ingresos socioeconómicos holgados, posiblemente con un nivel de escolaridad universitario. El segundo afiche (ver Figura 13) presenta un hombre en plano general, con estatura promedio, castaño, de tez blanca y de contextura delgada, quien tiene un estilo juvenil, moderno y casual, aproximadamente de 25 años. Se encuentra en un campo de fútbol en presencia de una mujer a quien debió golpear en la cara, porque ella tiene su mano en la mejilla, y un árbitro le está señalando a él la tarjeta roja como sanción ante ese acto de violencia.

Es interesante anotar que en seis carteles se infiere que el victimario es hombre, porque los textos hacen alusión al género masculino y la connotación de los mismos está asociada con prácticas y creencias propias de la cultura patriarcal, en la relación de pareja heterosexual. De otro lado, la mayoría de los afiches de las ONG develan situaciones estructurales asociadas con la cultura patriarcal, como es la guerra y la mercantilización del cuerpo.

6.6 Consecuencias de la violencia de género en las que se enfocan las campañas

Las consecuencias de la violencia de género que presentan los afiches se materializan en el caso de la violencia física, es decir, en afectaciones corporales como el moretón del brazo, el golpe en la cara o en la condición extrema de la muerte. En los textos se distinguen dos tipos de invitaciones: una a las mujeres a no tolerar las situaciones de violencia y otra a sancionar a quienes las ocasionan.

También es importante resaltar que los afiches de las ONG develan las consecuencias sociales a que se ven abocadas las mujeres ante diversas formas de violencia, como es el caso del desplazamiento forzado al que se ven sometidas junto con sus hijos. El empleo de cifras es contundente al mostrar el porcentaje importante de afectación de las mujeres ante este fenómeno y ante la violencia física y sexual.

Como consecuencia de la violencia se infiere una posición de subyugación de la mujer hacia el hombre, en la que se perpetúa la inequidad de géneros vinculada a la tradición.

6.7 Objetivos comunicacionales de las piezas

En este apartado se abordan los objetivos comunicacionales que se pueden inferir a partir de las imágenes y los textos que contienen las piezas recolectadas. Antes de exponer los grupos en los que se clasificaron las piezas gráficas, es relevante clarificar que todas fueron producidas bajo una lógica de comunicación de apoyo al desarrollo, pues son elaboradas por instituciones públicas y de la sociedad civil que trabajan por el desarrollo humano y social. En este caso, trabajan por la prevención y detención de la violencia contra las mujeres. Así, en la Tabla 8 se presentan los carteles agrupados según el objetivo comunicacional, siguiendo la clasificación propuesta por el equipo investigador, estructurada conforme con los tres niveles de prevención: primaria, secundaria y terciaria.

Como se puede apreciar en la tabla 8, aparte de los carteles que promueven valores incompatibles con el maltrato, los grupos restantes agrupan un número similar de carteles, entre 8 y 11 piezas comunicativas cada uno.

Dentro del grupo de carteles de prevención primaria, que promueven valores incompatibles con el maltrato, se identifican dos que promueven buen trato, como son los de la organización de *Mujeres y madres abriendo caminos*, y uno, de la Alta Consejería para la Equidad de la Mujer, orientado a fortalecer el amor propio.

En el grupo de carteles que se ubica en el objetivo de prevención secundaria, la cual está orientada a la detección de las primeras señales de maltrato y a la deslegitimación, se ubican aquellos carteles que hacen visibles señales de violencia incipiente o legitimada. Estos son los de la Alcaldía de Bogotá, que muestran señales de violencia física y psicosocial con mensajes identificando estas acciones como señales ante las que se debe actuar. En este grupo también se localizan aquellos carteles alusivos a la violencia como delito, expresada a través de textos de apoyo a las imágenes. En todos los casos, excepto en uno, los mensajes están orientados a que la mujer tome conciencia de que esas formas de violencia incipiente, o legitimadas culturalmente, deben ser combatidas. Existe, sin embargo, un cartel peculiar, promovido por el Departamento de Estado de los Estados Unidos, la Presidencia de la República y por CHF (2008), que muestra la silueta de una mujer con los brazos abiertos que expresa "*Mi proyecto de vida: no ser*

más la víctima” (ver Figura 17). Lo que hace singular esta pieza es que bajo este lema se indica *“Me comprometo a DESPLAZAR gritos, golpes, insultos, amenazas, aislamiento, acoso sexual, manipulación. A CONSTRUIR paz, amor, respeto, unión, tolerancia, futuro, bienestar”*.

Tabla 8. Objetivos comunicacionales de los carteles

Objetivos campañas de prevención	Carteles	%
1. Prevención primaria Valores incompatibles.		
Buen trato	2	4.65
Vínculo, amor al otro y amor propio	1	2.33
Subtotal	3	6.98
2. Prevención secundaria. Detección y deslegitimación.		
Identificación de señales de maltrato	2	4.65
Descripción de conductas de maltrato legitimadas por la cultura	1	2.33
Desvinculación de amor y maltrato	1	2.33
El maltrato es delito	3	6.98
Evitar victimización desplazando la violencia y construyendo amor	1	2.33
Subtotal	8	18,60
3. Prevención terciaria. Abordaje, denuncia, rehabilitación.		
Exhortación a la víctima a hablar, llamar, informarse		
Exhortación a la denuncia del agresor	3	6.98
Exhortación a la víctima a actuar por los hijos	1	2.33
Amenaza al maltratador	2	4.65
Vínculo de violencia política con violencia hacia la mujer	4	9.30
Subtotal	10	23,26
4. Solidaridad general con las víctimas		
Promoción de acciones de condena (en general): no te inhibas, actúa, etc.	7	16,28
Llamadas a manifestarse	1	2.33
Convocatorias a cursos, charlas, formación, etc.	2	4.65
Reproches a las actitudes machistas	1	2.33
Subtotal	11	25,58
5. Sensibilización. Mensajes genéricos		
Mensajes genéricos contra la violencia	3	6.98
Promoción de empatía con víctimas (sin proponer acción)	6	13.95
Proclamación de que vivir sin violencias es un derecho humano	2	4.65
Subtotal	11	25,58
TOTAL	43	100.00%

Fuente: elaboración propia.



Figura 17. Mi proyecto de vida. Department of State USA; Acción Social Presidencia de la República y CHF (2008).

El siguiente grupo, el que tiene como objetivo la prevención terciaria, abordando el problema de la violencia cuando ya está instaurado, acoge carteles que exhortan la denuncia e invitan las mujeres a actuar, en ocasiones, como beneficio para sus hijos. En este grupo existen varias piezas alusivas a la relación entre la violencia política y la violencia contra la mujer.

En el cuarto grupo se promueven la implicación social y la solidaridad de la población general, expresado en siete afiches que invitan a actuar, dos que promueven acciones de formación y uno de reproche hacia el maltratador.

En el grupo de mensajes genéricos y descriptivos existe un número de carteles similar al grupo anterior, los cuales se centran en comunicar emoción y empatía no orientada a la acción.

Los resultados obtenidos en el presente estudio se consideran insumos relevantes para la fase de evaluación de impacto de la campaña enmarcada en el Sistema Distrital de Protección Integral a las mujeres víctimas de violencia (SOFÍA), en Bogotá.

11

Referencias bibliogr1ficas

- Acci3n Social Presidencia de la Rep3blica, & CHF. (2008). Mi proyecto de vida. Department of State USA; Bogot1, Colombia.
- Alcaldía Mayor de Bogot1. (2004). *Acuerdo 119: Un compromiso social contra la pobreza y la exclusi3n Plan de Desarrollo Econ3mico, Social y de Obras P3blicas Bogot1 D.C. 2004 – 2008 Bogot1 sin Indiferencia, un compromiso contra la pobreza y la exclusi3n*. Bogot1, Registro Distrital 3 de junio.
- Alcaldía Mayor de Bogot1. (2004). *Plan de Igualdad de oportunidades para la equidad de g3nero en el Distrito Capital 2004-2016*. Bogot1: Departamento Administrativo de Bienestar Social. Polítca P3blica Mujer y G3nero.
- Alcaldía Mayor de Bogot1. (2008). *Plan de Desarrollo 2008-2012 Bogot1 Positiva*. Bogot1: Alcaldía.
- Alcaldía Mayor de Bogot1. (2012). *Plan de Desarrollo 2012-2016 Bogot1 Humana*. Bogot1: Alcaldía.
- Alcaldía Mayor de Bogot1. (2015). *Bogot1 Humana. Diagn3sticos Locales de Seguridad y Convivencia para las mujeres-Bogot1. Avanzan las mujeres, Avanza Bogot1*. Bogot1: Secretaría Distrital de la mujer.
- Alleyne, G. (1999). La prevenci3n de la violencia: compromiso para la Organizaci3n. *Revista Panamericana de Salud P3blica*, 5 (4/5), i.
- Allport, G. W. (1935). Attitudes, in CA Murchinson (Ed.) *Handbook of social psychology*. Worcester, MA: Clark University Press.
- Ang3lico, R., Dikenstein, V., Fischberg, S., & Maffeo, F. (2014). El feminicidio y la violencia de g3nero en la prensa argentina: un an1lisis de voces, relatos y actores, *Universitas humanística*, 78, 281-303.
- Archivos fotogr1ficos Alcaldía de Medellín. (2007). Medellín, Antioquia, Colombia.
- Archivos fotogr1ficos. (Alcaldía de Medellín, 2010). Medellín, Antioquia, Colombia.
- Archivos fotogr1ficos. (Alcaldía de Medellín, 2012). Medellín, Antioquia, Colombia.
- Archivos fotogr1ficos. (Alcaldía de Pereira, 2012). Pereira, Risaralda, Colombia.
- Archivos fotogr1ficos. (Alcaldía de Villavicencio, 2013). Villavicencio, Colombia.
- Archivos fotogr1ficos. (Amnistía Internacional, 2012). Archivos difundidos por la Alcaldía de Pereira. Pereira, Risaralda, Colombia.
- Archivos fotogr1ficos. (Ayuntamiento de Le3n, 2010). Le3n, Espa1a

- Archivos fotográficos. (Corporación de Investigación y Acción Social y Económica - CIASE, 2006).
- Archivos fotográficos. (Departamento de Policía de Caldas, 2014). Manizales, Caldas, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Gobernación de Antioquia, 2012). Antioquia, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Gobernación de Risaralda, 2014). Risaralda, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Ministerio de Igualdad, Gobierno de España, 2006). Madrid, España
- Archivos fotográficos. (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Gobierno de España, 2006). Madrid, España
- Archivos fotográficos. (Red de Mujeres de Risaralda, 2011). Risaralda, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Red Departamental de Mujeres del Cauca - REDEMUC, 2010). Cauca, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Secretaría Distrital de la Mujer. 2013). Bogotá, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Secretaría Distrital de la Mujer. 2014). Bogotá, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Telepacífico, 2013). Cali, Valle del Cauca, Colombia.
- Archivos fotográficos. (Unión de Juventudes Comunistas de España, 2011). España.
- Arendt, H. (1997). *La promesa de la política*. Barcelona: Paidós.
- Ariza, M. P. (2014). *Derecho y Mujer. Ayer y hoy*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Asch, S. (1962). Fuerzas de grupo en la modificación y distorsión de los juicios. *En Asch, SE (1962) Psicología Social. Buenos Aires: Eudeba. también publicat en Torregrosa, JR y Crespo, E.(1984) Estudios básicos de Psicología Social. Barcelona: Hora.*
- Atkin, C. K., & Rice, R. E. (2012). Theory and principles of public communication campaigns. En R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns, 4 th Ed.* (pp. 3-19). Thousand Oaks, CA: Sage
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona, España: Paidós
- Barthes, R. (1995). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona, España: Paidós
- Becerra, A., Briñol, P., & De la Corte, L. (2001). *¿Qué es persuasión?* Madrid: Biblioteca Nueva.
- Beltrán, L. R. (1993). *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Lima, Perú: Instituto para América Latina (IPAL).
- Bengoechea, M. (2000). En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre violencia y agencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria. *Cuadernos de Información y Comunicación, 5*, 9-22.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad* (Vol. 975). Buenos Aires: Amorrortu.
- Amorrortu. Bernad, R. (2006). *Curso de Derecho Romano*. Universidad Católica Andrés Bello.
- Boira, S., Carbajosa, P., & Marcuello, C. (2013). La violencia en la pareja desde tres perspectivas: Víctimas, agresores y profesionales. *Psychosocial Intervention, 22*, 125-133.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Calle, S. (2004). *Consideraciones sobre la victimización secundaria en la atención social a las víctimas de la violencia de género*. Hospitalet: Ayuntamiento de l'Hospitalet de Llobregat.

- Camarero, C., & Marcos, R. (2012). Un estudio preliminar sobre la recepción de las campañas de violencia de género televisivas del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad (2008-2011). *Investigaciones Feministas*, 3, 181-202.
- Carballido, P. (2010). *El proceso de construcción de la violencia contra las mujeres: medios de comunicación y movimiento feminista. Una aproximación desde la teoría del "framing"*. Tesis doctoral, Castellón, España: Universitat Jaume I.
- Castro, R., & Riquer, F. (2003). La investigación sobre violencia contra las mujeres en América Latina: entre el empirismo ciego y la teoría sin datos. *Cadernos de Saúde Pública*, 19(1), 135-146.
- Código de Violencia de Género & Doméstica (2014). *Selección y ordenación de la Dirección General de la Policía Edición actualizada a 19 de noviembre de 2018*. Recuperado de: <https://www.boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?id=200&modo=1¬a=0>
- Colomer, C, López, R.M., Soriano, I, Álvarez, N., & Castellanos, E. (2009). *Informe Violencia de género 2008*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Política Social.
- Concejo de Bogotá. (2009). *Acuerdo 421: Por el cual se ordena la creación del Sistema Distrital de Protección Integral a las mujeres víctimas de violencia y se dictan otras disposiciones*. Registro Distrital 4345 de diciembre 23.
- Concejo de Bogotá. (2012). *Acuerdo 489: Por el cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2012-2016*.
- Concejo de Bogotá. (2003). *Acuerdo 091: Por el cual se establece el plan de igualdad de oportunidades para la equidad de género en el Distrito Capital*. Registro Distrital 2898 de junio 26.
- Congreso de la República de Colombia. (1954). *Acto legislativo 3, Reformatorio de la Constitución, por el cual se otorga a la mujer el derecho activo y pasivo del sufragio*. Diario Oficial N° 28576, septiembre 14.
- Congreso de la República de Colombia. (1981). *Ley 51: Por la cual se aprueba la "Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer", adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 18 de diciembre de 1979 y firmada en Copenhague el 17 de julio de 1980*. Diario Oficial 35794 del 7 de julio.
- Congreso de la República de Colombia. (2000). *Ley 581: Por la cual se reglamenta la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público, de conformidad con los artículos 13, 40 y 43 de la Constitución Nacional*. Diario Oficial 44.026 del 31 de mayo.
- Congreso de la República de Colombia. (2003). *Ley 823: Por la cual se dictan normas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres*. Diario Oficial 45245 de julio 11.
- Congreso de la República de Colombia. (2005). *Ley 985: Por medio de la cual se adoptan medidas contra la trata de personas y normas para la atención y protección de las víctimas de la misma*. Diario Oficial No. 46.015 de 29 de agosto.
- Congreso de la República de Colombia. (2008). *Ley 1257: Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996*. Diario Oficial No. 47.193.
- Consejo de Estado. (2001). *Fallo 390, Acción de tutela sobre derecho femenino a elegir y ser elegido, Consejero Ponente: Nicolás Pájaro Peñaranda*. Bogotá. Sala de lo contencioso administrativo.

- Consejo de Europa. (2011). Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica. *Council of Europe Treaty Series N° 210*.
- Consejo Nacional de Planeación. (2013). *Consejo Nacional de Política Económica y Social- Conpes 3760*.
- Constitución Política de Colombia. (1991). Bogotá: Asamblea Nacional Constituyente. *Imprenta Nacional. Diario Oficial*.
- Cook, R. J., & Cusack, S. (2010). *Estereotipos de Género* (Vol. 1). Bogotá: Profamilia.
- Corte Constitucional de Colombia. (1992). *Sentencia T-499: Principio de Dignidad Humana*. MP. Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (1995). *Sentencia T-477: Readecuación de sexo del menor/consentimiento del paciente; teoría de la información*. MP. Alejandro Martínez Caballero. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (2002). *Sentencia C-392: Derecho al buen nombre y a la honra*. MP. Álvaro Tafur Galvis. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (2008). *Auto 092: Protección de los derechos fundamentales de las mujeres víctimas del desplazamiento forzado por causa del conflicto armado*. MP. Manuel José Cepeda.
- Corte Constitucional de Colombia. (2013). *Sentencia T-634: Acción de tutela contra particulares cuando el afectado se encuentra en estado de indefensión*. MP. María Victoria Calle Correa. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (2015). *Sentencia C-022: Delitos de violencia intrafamiliar e inasistencia alimentaria-eliminación del carácter de querellables y desistibles; denuncia por violencia intrafamiliar o inasistencia alimentaria*. MP. Mauricio González Cuervo. Bogotá.
- Cruz, M. (1997). Mujer y medios de comunicación en Centroamérica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 23(1-2), 35-48.
- Del Manzo, M. B., & Rosales, M. B. (2013). Comunicación y género: el cuerpo femenino en el tratamiento mediático del aborto. *En C. Anzorena y R. Zurbriggen (Comps.). El aborto como derecho de las mujeres. Otra historia es posible* (pp. 195-208). Buenos Aires: Editorial Herramienta.
- Delgado, M. C., Sánchez, M. C., & Fernández, P. A. (2012). Atributos y estereotipos de género asociados al ciclo de la violencia contra la mujer. *Universitas Psychologica*, 11(3), 769-777.
- Departamento Nacional de Planeación. (2013). *CONPES social 161: equidad de género para las mujeres*. Bogotá: Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación.
- Diversa, C., Afirmativo, C., & Fundación, S. (2016). Cuerpos excluidos, rostros de impunidad. Informe de violencia hacia personas LGBT en Colombia. Recuperado de: <http://colombiadiversa.org/ddhh-lgbt/Informe-Violencia-LGBT-Colombia-DDHH-2015.pdf>
- Durkheim. E. (1982a). *El Suicidio*. Madrid: Akal.
- Durkheim. E. (1982b). *La división del trabajo social*. Madrid: Akal.
- Durkheim. E. (1987). *Las reglas del método sociológico*. Madrid: Akal.

- Echeverry, L.F., & Bernal, C.M. (2015). *Inventario y análisis de las campañas de prevención de la violencia contra la mujer en el departamento de Risaralda (Colombia) durante los años 2000 a 2014*. (Tesis del Magister de Educación). Manizales: Universidad Católica de Manizales.
- El Diario (2018, 5 junio). *El presidente de Perú, ante un asesinato machista: "Estos son designios de la vida"*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/theguardian/presidente-Peru-asesinato-machista-designios_0_779022549.html
- El Diario. (2015, 13 de octubre). Con cámara en su zapato graba partes íntimas a joven en supermercado. *El Diario*, <http://www.eldiariiony.com/2015/10/13/video-con-camara-en-su-zapato-graba-partes-intimas-a-joven-en-supermercado/> .
- Estrada, M., & Sánchez, A. (2011). Las violencias de género como problema de salud pública: una lectura en clave Bioética. *Revista Colombiana de Bioética*, 6(1), 37-61.
- Feliu, A. (2009). Publicidad y cambio social. Nuevas realidades, ¿nuevos discursos? en E. Feliu (Ed.), *Comunicación, Memoria, historia, modelos* (pp. 396-406). Madrid: Edipo.
- Fernández, C., & Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: McGrawHill.
- Fernández, I. B. (2011). Comunicación audiovisual y mujer: evolución y nuevos formatos en las campañas publicitarias de violencia de género. *Icono14*, 9(1), 145-160.
- Fernández, M. D. C., Herrero, S., Buitrago, F., Ciurana, R., Chocron, L., García, J., ... Tizón, J.L. (2003). *Violencia Doméstica*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Fernández, R. (2013). La incidencia de las campañas institucionales sobre violencia de género en el proceso identitario de mujeres maltratadas. *Asparkia*, 24, 126-143.
- Fernández, V. (2014). Análisis y evolución de las campañas publicitarias promovidas por el Gobierno de España tras la aprobación del Plan Nacional de Sensibilización y Prevención de la Violencia de Género. *Pensar la Publicidad*, 7(2), 409-424.
- Ferrer, E. (2002). *Publicidad y comunicación*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Fisas, V. (2006). *Cultura de paz y gestión de conflictos*. Barcelona: Icaria.
- Fundación Mujer, Arte & Vida (2009). *Las mujeres tenemos memoria. Todas las voces contra las violencias. Cien afiches en la lucha de las mujeres*. Bogotá: Programa Mujeres y Violencias, Cordaid y Synergia.
- Galtung, J. (2003). Violencia cultural. *Bilbao: Gernika Gogoratz*.
- Giraldo, V., & Miranda, A. (2010). Publicidad contra la violencia: un estudio de recepción. *Clío América*, 4(8), 270-289.
- Gobierno de Cantabria (2005). *Violencia contra las mujeres. Protocolo de actuación sanitaria ante los malos tratos*. Salamanca: Consejería de Sanidad y Servicios Sociales.
- Gobierno de España. (2004). *Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*. Boletín Oficial del Estado núm. 313, de 29 de diciembre de 2004 .
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- González, C., & Vargas L., A. (2018). Relaciones públicas: un estudio para su futuro. En J.M. Pereira (Ed.), *Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Cátedra Unesco de comunicación* (pp. 210-211). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

- Gracia, E., Herrero, J., Lila, M., & Fuente, A. (2010). Percepciones y actitudes hacia la violencia de pareja contra la mujer en inmigrantes latinoamericanos en España. *Psychosocial Intervention, 19*(2), 135-144.
- Gusfield, J. (1994). La reflexividad de los movimientos sociales: revisión de las teorías sobre la sociedad de masas y el comportamiento colectivo. In *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad* (pp. 93-118). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. México: Gustavo Gili.
- Herrero, J., Gracia, E., Fuente, A., & Lila, M. (2012). Desorden social, integración social y bienestar subjetivo en inmigrantes latinoamericanos en España. *Anales de psicología, 28*(2), 505-514.
- Hogg, M.A., & Vaughan, G.M. (2010). *Psicología Social*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Horkheimer, M. (1974). *Teoría Crítica*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Horkheimer, M. (2002). *Crítica de la razón instrumental*. Madrid: Trotta.
- Instituto de Medicina Legal. (2015). Forensis Colombia.
- Instituto Nacional de Estadística (2016). *Cifras de población y Censos demográfico*.
- Instituto Nacional de Medicina Legal & Ciencias Forenses (2015). *Informe: Cifras estadísticas de violencia contra la mujer en 2015*.
- Instituto Oficial de Radio & Televisión. RTVE (2002). *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Madrid: EGRAF, S.A
- Ioé, C., de Prada, M. Á., Pereda, C., & Actis, W. (2011). *Actitudes de la población ante la violencia de género en España*. Ministerio de sanidad, política social e igualdad, Centro de publicaciones.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jost, J., & Banaji, M. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal of Social Psychology, 33*, 1-27.
- Keller, S. N., & Honea, J. C. (2016). Navigating the gender minefield: An IPV prevention campaign sheds light on the gender gap. *Global Public Health: An International Journal for Research, Policy and Practice, 11*(1-2), 184-197.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing, 35*(3), 3-12.
- Krug, E. G., Mercy, J. A., Dahlberg, L. L., & Zwi, A. B. (2002). The world report on violence and health. *The lancet, 360*(9339), 1083-1088.
- Laraña, E., & Gusfield, J. (Eds.) (1999). *Los nuevos movimientos sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Laraña, E. (1999), *La construcción de los movimientos sociales*, Madrid: Alianza Editorial.
- Le Guern, M. (1990). *La metáfora y la metonimia*. Madrid, España: Cátedra.
- Leal, A. (2000). *Gestión del marketing social*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Londoño, A. (1999). *Promoción de los Derechos Humanos, Sexuales y Reproductivos. Módulos pedagógicos para formadores. Módulo 2 Los Derechos Humanos, sexuales y reproductivos. Consejería Presidencial para los Derechos Humanos*. Bogotá: Fondo de Población de las Naciones Unidas.

- Londo​o, B., Giraldo, S., Montoya, A. M., Ortega, V. M., Morales, M. I., Moreno, I., & Misnaza, S. M. (2014). Violencia contra las mujeres en tres ciudades de Colombia: Pasto, Cartagena y Cali. 2005-2009. *Opini​n Jur​dica*, 13(25), 35-50.
- L​pez, P. (2002). La violencia contra las mujeres en los medios de comunicaci​n, en P. L​pez Diez (Ed.), *Mujer, violencia y medios de comunicaci​n* (pp. 21-34). Madrid: Instituto Oficial de RTVE, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Lorente, M. (2009). *Los nuevos hombres nuevos*. Barcelona: Destino.
- Mart​n-Bar​, I. (1998). *Psicolog​a de la liberaci​n*. Madrid: Trotta Editorial SA.
- Mart​n-Bar​, I. (2003). *Poder, ideolog​a y violencia*. Madrid: Trotta Editorial SA.
- Mart​nez, L. (2011). Nuevas estrategias discursivas en la comunicaci​n institucional espa​ola contra la violencia de g​nero: hacia una publicidad preventiva. *F​rum de Recerca*, 16, 339-346.
- Melucci, A. (1994), ¿Qu​ hay de nuevo en los nuevos movimientos sociales? En E. Lara​a y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales* (pp. 119-149). Madrid: Centro de Investigaciones Sociol​gicas.
- Men​ndez, M. I. (2014). Retos period​sticos ante la violencia de g​nero. El caso de la prensa local en Espa​a. *Comunicaci​n y sociedad*, 22, 53-77.
- Miller, G. (1969). Psychology as a Means to Promoting Social Welfare. *American Psychologist*, 24, 1063-1075.
- Ministerio de las TIC. (2016). *MINTIC*.
- Ministerio de Salud (2015). *Encuesta Nacional de Salud Mental 2015*. Bogot​.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2014). *Percepci​n social de la violencia de g​nero*. Madrid: Delegaci​n del Gobierno para la violencia de genero.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2015). *Percepci​n de la violencia de g​nero en la adolescencia y la juventud*. Madrid: Delegaci​n del Gobierno para la violencia de genero.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2016). *Estad​sticas de violencia de g​nero*.
- Molina, A. (Dir.) (2005). *An​lisis de las campa​as publicitarias de prevenci​n de la violencia contra la mujer en Espa​a*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia.
- Montmollin, G. (1985). El cambio de actitud. En: S. Moscovici (Ed.), *Psicolog​a social, I. Influencia y cambio de actitudes, individuos y grupos* (pp. 117-173). Barcelona: Paid​s.
- Moreno Mart​n, F. (1999a). Actitudes autoritarias y violencia en Madrid. *Revista Panamericana de Salud P​blica*, 5(4/5), 286-294.
- Moreno Mart​n, F. (1999b). La violencia en la pareja. *Revista Panamericana de Salud P​blica*, 5(4/5), 245-258.
- Moreno Mart​n, F. (2009). Violencia colectiva, violencia pol​tica, violencia social. Aproximaciones conceptuales. En I. Markez, A. Fern​ndezLiria y P. P​rezSales (Eds.). *Violencia y salud mental. Salud mental y violencias institucional, estructural, social y colectiva* (pp. 19- 36). Madrid: Asociaci​n Espa​ola de Neuropsiquiatr​a.
- Moreno, F., Ayll​n, E., Fern​ndez, I., Velloso, I., Garc​a, A., & ​lvarez, M.J. (2012). *Inventario y an​lisis de las campa​as de prevenci​n de la violencia de g​nero en Espa​a y Portugal 2000-2010. Informe de Actividades*. Madrid: Instituto de la Mujer [Registro].

- Morin, E. (1983). *El Método 3*. Madrid: Editorial Cátedra
- Moscovici, S. (1985). *Psicología social, Influencia y cambios de actitudes: individuos y grupos* (No. 302 M6/1985).
- Munevar-Munevar, D.I., & Mena-Ortiz, L.Z. (2009). Violencia estructural de género. *Revista de la Facultad de Medicina*, 57(4), 356-366.
- Naciones Unidas (1993). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*. Resolución de la Asamblea General 48/104 del 20 de diciembre de 1993.
- Naciones Unidas (2004). *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Nueva York: ONU Mujeres.
- Nietzsche, F. (1986). *Así habló Zaratustra*. México: Herder Ediciones.
- Nogueira, H. (2007). El derecho a la propia imagen como derecho fundamental implícito: Fundamentación y caracterización. *Revista Ius et Praxis*, 13(2), 245-285.
- Organización de Estados Americanos, OEA. (1994). *Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer "Convención de Belem do Para"*. Recuperado el 15 de 08 de 2016, de Departamento de Derecho Internacional OEA: <http://www.oas.org/juridico/spanish/firmas/a-61.html>
- Organización de las Naciones Unidas (1993). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*. Resolución de la Asamblea General 48/104 del 20 de diciembre de 1993. Recuperado de: <http://www.ohchr.org/sp/ProfessionalInterest/Pages/ViolenceAgainstWomen.aspx>
- Organización de las Naciones Unidas (2000a). *La responsabilidad de los Estados*. Organización de las Naciones Unidas. Recuperado de: http://legal.un.org/ilc/documentation/english/a_cn4_507.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. (1994). *Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo*. El Cairo, Egipto.
- Organización de las Naciones Unidas. (2000b). *Informe del Secretario General*.
- Organización de las Naciones Unidas. (2015a). *Un marco de apoyo a la prevención de la violencia contra la mujer*.
- Organización de las Naciones Unidas. (2015b). *La Plataforma de Acción de Beijing cumple 20 años*.
- Organización Mundial de la Salud (2001). *Informe sobre la salud en el mundo 2001. Salud mental: nuevos conocimientos, nuevas esperanzas*. Ginebra: OMS.
- Organización Mundial de la Salud (2007). *Mental health: strengthening mental health promotion*. Fact Sheet 220. Ginebra: OMS.
- Organización Mundial de la Salud. (1996). *Resolución 49.25, 49 Asamblea Mundial de la Salud*. Ginebra: OMS.
- Organización Mundial de la Salud. (2002). *Informe Mundial sobre la violencia y la salud*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Organización Mundial de la Salud. (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Washington: OMS.
- Organización Mundial de la Salud. (2004). *Prevención de los Trastornos Mentales. Intervenciones efectivas y opciones de políticas*. Ginebra: OMS.
- Organización Mundial de la Salud. (2005). *WHO multi-country study on women's health and domestic violence against women*. Geneva: OMS.

- Organización Mundial de la Salud. (2008). *Reporte Mundial sobre Violencia*.
- Organización Mundial de la Salud. (2009) *Las mujeres y la salud. Los datos de hoy, la agenda de mañana. Resumen analítico*. Ginebra: OMS.
- Peirce, C. S. (1991). *Percie of Sign. Writings on Semiotic*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press.
- Peixoto, J, & Rodríguez, Y. (2010). Violencia de género: un problema de conflicto social. La situación en España. *Conflicto Social*, 3(4), 110-127.
- Pérez Viejo, J. M., & Montalvo Hernández, A. (2011). *Violencia de género. Prevención, detección y atención*. Madrid: Grupo 5 Acción y Gestión Social.
- Pérez, J., Pérez, A.I., & Quinteros, A. (2013). *Violencia de género. Prevención, detección y atención*. Madrid: Grupo 5.
- Política Mujer. (2004). *Política Pública de Mujer y Géneros, Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género en el Distrito Capital 2004-2016*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá, Subsecretaría de asesoría Política pública de mujer y géneros.
- Posada, L. (2001). "Las hijas deben ser siempre sumisas" (Rousseau). Discurso patriarcal y violencia contra las mujeres: reflexiones desde la teoría feminista. *En L. Posada (Ed.), Violencia de Género y Sociedad* (pp. 13-34). Madrid: Instituto de Investigaciones Feministas.
- Presidencia de la República de Colombia. (1990). *Decreto 1398: Por el cual se desarrolla la Ley 51 de 1981, que aprueba la Convención sobre Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, adoptada por las Naciones Unidas*. Diario Oficial 39.457 del 9 de julio.
- Presidencia de la República de Colombia. (1999). *Decreto 2200: Por el cual se dictan normas para el funcionamiento de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República*. Bogotá: Diario Oficial 43.779 del 12 de noviembre.
- Presidencia de la República de Colombia. (2010). *Decreto 166: Por el cual se adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones*. El Alcalde Mayor de Bogotá, D.C.: Registro Distrital 4422 de mayo 5.
- Quintero Benavides, A. (2013). *Derechos en femenino: ¿hacia un real camino a la igualdad?* Bogotá: Editorial Nomos.
- Rey-Anacoda, C. (2009). Maltrato de tipo físico, psicológico, emocional, sexual y económico en el noviazgo: Un estudio exploratorio. *Acta colombiana de Psicología*, 12(2), 27-36.
- Rico, M. N. (1996). *Violencia de género: un problema de derechos humanos*. Santiago de Chile: CEPAL. Unidad Mujer y Desarrollo, Serie Mujer y Desarrollo No. 16. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5855>
- Rodríguez Cely, L. A., Villarraga, A. P., Rodríguez, L. S., & Díaz, F. (2010). Análisis de la justicia restaurativa para atender casos de violencia intrafamiliar en el Centro de Atención Integral a Víctimas de Violencia Intrafamiliar (CAVIF) de la Fiscalía General de la Nación, Colombia. *Diversitas*, 6(2), 355-373.
- Rodríguez, M. (2007). *Mujer y Derecho, análisis de la Administración de Justicia en la Provincia de Buenos Aires desde la perspectiva de género. Estudio de caso: La aplicación de la legislación en la Justicia civil en la ciudad de Tandil*. Tesis Doctoral.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.

- Royo, M., Miquel, M., & Caplliure, E. (2006). El potencial efecto social de la publicidad como agente de socialización: refuerzo de roles de género. *Esic Market*, 25, 107-134.
- Sánchez, L. (2007). Violencia de Género. En Instituto Nacional de las Mujeres (Comp.), *Compendio de ensayos* (pp. 254-263). México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- Sarriá, A., & Villar, F. (Coord.) (2014). *Promoción de la salud en la Comunidad*. Madrid: UNED.
- Segato, R. L. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia: contrato y status en la etiología de la violencia* (No. 334). Universidade de Brasília, Departamento de Antropologia
- Semana. (01 de 02 de 2016). Repudio por burla de locutor de La Mega Medellín contra joven paisa. *Revista Semana*. Recuperado de: <http://beta.semana.com/nacion/articulo/carlos-mira-de-la-mega-medellin-acusado-por-matonear-a-joven/458338>.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Stewart, A., & McDermott, C. (2004). Gender in Psychology. *Annual Review of Psychology*, 55, 519-544.
- Strauss, A.L., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2ª Ed. Thousand Oaks: Sage.
- Tamayo, M. L. (2014). *Orientaciones para la territorialización de la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres*. Bogotá: Alta consejería presidencial para la equidad de la mujer.
- Todorov, T. (1993). *Teorías del símbolo*. Caracas: Monte Ávila, Editores.
- UNICEF. (2013). *Basta de Violencia. Guía de orientaciones y recursos*.
- Vargas, A. (2018). De la sociedad red y de la información a la sociedad del conocimiento: una visión prospectiva de la comunicación. En J.M. Pereira (Ed.), *Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Cátedra Unesco de comunicación* (pp. 162-163). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Vega Montiel, A. (2010). La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica. *Comunicación y Sociedad*, 13, 43-68.
- Velásquez, O. P. (2015). “Compañera y no sierva”, los avatares hacia el sufragio femenino en Colombia. *Ambiente Jurídico*, 18, 11-34.