

Taller
DE COMUNICACIÓN PARA LA COMISIÓN NACIONAL DE PREVENCIÓN DE LA
VIOLENCIA

Miércoles 20 de setiembre, 2006
Sede de INBIO, San José, Costa Rica

Descripción: Reunión con el equipo técnico del ministerio de Justicia.

Tallerista: Felipe Tello – Asesor Centro de Competencia en Comunicación C3

Objetivo:

- **Determinar lineamientos para el diseño de una estrategia de comunicación para desarrollar una campaña contra la violencia intrafamiliar.**

Relatoría:

Los participantes hicieron un esbozo de los factores que intervienen en la violencia intrafamiliar en Costa Rica. A partir de ahí, se generaron puntos de reflexión que sirvan de partida para la elaboración posterior de una campaña de comunicación.

Principales puntos expuestos:

- La violencia en Costa Rica tiene un alto componente de machismo: hay una relación de “propiedad” .
- Existe todavía una fuerte dependencia de la mujer hacia el hombre.
- Los imaginarios creados por generaciones sobre el rol de la mujer siguen perneando hoy en día las relaciones de pareja.
- Todo lo anterior facilita una clara impunidad.

- El hombre es quien siempre resuelve las situaciones. La mujer observa una actitud pasiva.
- Existe la percepción de que el nicaragüense es el mayor causante de violencia intrafamiliar en Costa Rica. Las estadísticas muestran que ellos presentan menos casos, pero son más sangrientos, lo que explica esa percepción.
- El otro soporte de esa percepción es la gran capacidad de negación del costarricense que siempre piensa que el culpable no es él: es “el otro” .
- Lo anterior alimenta el imaginario de que, cuando una mujer es abusada, la culpa es de ella.
- Esto produce una vergüenza en la mujer víctima, que convierte el tema en algo cerrado que no se habla y menos se denuncia.
- La mujer debe “llevar su cruz” en silencio, pues casos de mujeres que denuncian, se convierten en casos de su propia muerte.
- Lo anterior significa que no se siente un respaldo jurídico para la mujer denunciante. Y lo que es peor: ella queda en evidencia, expuesta a la ira de su agresor.
- Hay varios antecedentes de campañas a favor de la mujer víctima de violencia intrafamiliar en Costa Rica. Todas ellas han tenido a la mujer víctima como destinatario único del mensaje.

Sugerencias:

- Exponer resultados, si los hay, sobre la efectividad de la justicia para respaldar a la víctima denunciante. Este hecho es vital para empezar a cambiar la sensación de impunidad que rodea a la violencia intrafamiliar. Si la comunicación efectiva está basada en buenos argumentos, cual es el argumento para que se siga invitando a la mujer a denunciar a su pareja? La impunidad sigue siendo el principal argumento para no hacerlo. Ahí fracasan todas las campañas que insisten en ese punto de vista.

fesamericacentral.org

- Cambiar el grupo objetivo de la campaña: hablarle al agresor. Sembrar dudas a partir de un argumento: a golpes él podrá hacerse obedecer, pero nunca podrá hacerse amar.
- Golpear a un hijo es fácil. Lo difícil es recuperar su amor.
- Finalmente, es indispensable que en las diferentes entidades haya una apertura a mirar el problema desde diferentes puntos de vista, porque parece por lo escuchado en el taller, que existe aún la insistencia en animar a la mujer a no dejarse humillar. Pero sólo la víctima sabe lo sola que está cuando toma esa decisión.

El reto de la comunicación frente a este tema está en volver los argumentos contra el agresor (sin incluir el legal, para qué amenazar con castigos que nunca se cumplen?), principalmente emocionales, que finalmente son a favor de la mujer victimizada.

Mientras no se considere esto, las campañas a favor de la mujer serán simplemente ejercicios tan bien intencionados como inútiles.

Felipe Tello
Asesor de Comunicación