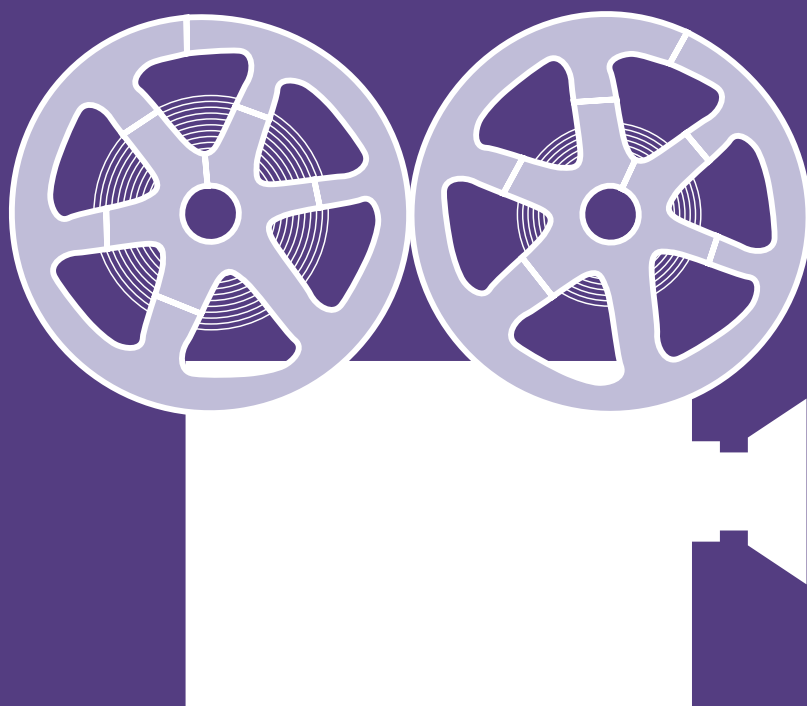


*Violencia doméstica:
intervenciones
para su prevención y
tratamiento*

8



PRODUCCIÓN Y USO DE UN VIDEO: *VIDAS
GOLPEADAS, ESPERANZAS DESTRUIDAS*



Banco Interamericano de Desarrollo



8

PRODUCCIÓN Y USO DE UN VIDEO: VIDAS GOLPEADAS, ESPERANZAS DESTRUIDAS*

El objetivo del presente folleto informativo es dar cuenta del proyecto piloto de producción y distribución del video documental *Vidas golpeadas, esperanzas destruidas: cuando el hombre maltrata a la mujer* (ATN/SF-5317-RG) del BID. Como parte del Paraguas Técnico-Violencia Doméstica se propuso llevar a cabo un proyecto para escribir una guía sobre la producción y el uso de videos documentales (“videos”) en la prevención y sensibilización contra la violencia doméstica, y hacer recomendaciones sobre la experiencia extraída de dicho proyecto.

El Paraguas Técnico se diseñó para crear un conjunto de guías y documentos informativos tendientes a facilitar el diseño y la ejecución de proyectos destinados a combatir la violencia doméstica. Entre éstos, los proyectos de comunicación pueden convertirse en un aliado eficaz de las políticas de prevención y atención de la violencia doméstica, debido a la eficacia y alcance de los medios de comunicación masiva.

El folleto se divide en cuatro partes: la primera se refiere al proceso de producción y diseño participativo del video; la segunda relata la experiencia de su difusión por los medios, destacando los mecanismos que se utilizaron para ello; la tercera se centra en la experiencia piloto de El Salvador, cuya nueva ejecución y evaluación fue financiada por el Paraguas Técnico. La última parte expone las lecciones aprendidas durante el proceso de ejecución.

PRODUCCIÓN DE UN VIDEO CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), después de la Conferencia Mundial de la Mujer (Beijing, 1995), decidió unirse a las acciones que se llevan a cabo en la región mediante la producción de un video que contribuyera a la sensibilización y toma de conciencia de los gobiernos y ciudadanos de América Latina y el Caribe sobre este problema.

El video, cuya producción y ejecución fue fruto de la colaboración entre la Oficina de Relaciones Externas (EXR) y la Unidad de la Mujer en el Desarrollo (WID) del BID, busca exponer la problemática de la violencia doméstica en el contexto histórico, legal y cultural de la región; aportar una explicación sobre los posibles orígenes y causas del problema; promover cambios de actitudes y comportamientos; y dar a conocer políticas y programas innovadores de éxito reconocido en la región.

El objetivo de esta iniciativa fue llegar a diversas audiencias con un documento

* Las autoras de este documento son Paz Castillo-Ruiz, consultora de la Unidad de la Mujer en el Desarrollo (SDS/WID) y Charo Quesada de la Sección de Programas Especiales de la Oficina de Relaciones Externas (EXR/SPE) del BID. El proyecto fue financiado por el Fondo Noruego para el Desarrollo de la Mujer. Elisa Fernández coordinó la publicación.



audiovisual para informar, instruir y provocar el debate en torno a un problema complejo y de difícil inserción en algunos sectores políticos y sociales.

El lanzamiento del video se concibió como parte de una campaña efectuada en diez países¹, en los cuales el documental se transmitiría en un canal de televisión de cobertura nacional, en el horario de máxima audiencia, seguido de un debate en el que un panel de expertos expondría el problema en el país. El video quedaría después a disposición de otros organismos, oficiales y civiles, interesados en utilizarlo con fines de difusión o de capacitación.

El BID respaldó esta campaña con el fin de validar el trabajo realizado durante décadas por muchas organizaciones de mujeres, y de llamar la atención de los gobiernos sobre el costo económico y social de la violencia doméstica así como de la necesidad de una mayor inversión en su combate.

El proceso de producción: reunión de consulta

Previo a la producción del video, el Banco Interamericano de Desarrollo y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) convocaron a un grupo de 25 expertas a una reunión², con el objetivo de decidir el formato, los mensajes y el público meta al que estaría dirigido el video. Los criterios acordados fueron:

Con respecto al formato

- La producción del video debía estar a cargo de una compañía con amplia experiencia en la producción de audiovisuales con fines sociales (se seleccionó a *Spark Media* de Washington, D.C.).

- La duración del video sería de un máximo de 30 minutos y se traduciría a los diferentes idiomas de la región.
- Los países participantes debían ser representativos de la diversidad étnica y cultural de la región, y se consideraría el que ya hubieran realizado actividades o campañas sobre este tema.
- Paralelamente al lanzamiento del video, se realizarían entrevistas con víctimas, expertos y miembros de los gobiernos y la sociedad civil implicados en el diseño y aplicación de políticas públicas, y se presentarían los anuncios de campañas realizadas en otros países.

Mensajes básicos

- La violencia doméstica es un asunto público, no privado, y por ello es una responsabilidad social en la que los poderes públicos deben intervenir. Es importante promover un debate abierto que haga visible y sensibilice a la opinión pública sobre esta problemática.
- La violencia doméstica implica importantes costos no sólo sociales sino también económicos para los países, constituyéndose en un freno para el desarrollo.
- La violencia doméstica es una conducta aprendida que, como tal, puede desaprenderse.
- Existen programas que funcionan, es decir, buenas prácticas replicables que pueden contribuir a disminuir los índices de violencia doméstica. En ese sentido, debe reconocerse el importante trabajo de las ONG de mujeres en esta área de control y cambio social.
- Se estableció que el video debía reflejar optimismo y evitar el sensacionalismo o escenas que lo pudieran sugerir (reducir al mínimo escenas de violencia explícita).



Público meta

- El público general. Por esta razón, los mensajes debían ser comprensibles y lo bastante genéricos como para que pudiera identificarse con ellos el mayor número posible de ciudadanos de América Latina y el Caribe, a pesar de la gran diversidad de etnias, culturas y niveles económicos presentes en la región. Se otorgaría cuidadosa atención al análisis del impacto diferenciado de los mensajes entre hombres y mujeres.
- Los gobernantes y responsables de la administración pública. A ellos se dirigirían mensajes sobre costos y la participación de los gobiernos en el problema.

Diseño de una cooperación técnica para la ejecución

Con el fin de generar recursos para la ejecución de este proyecto se diseñó una cooperación técnica (CT) de US\$150.000. Esta se destinó a cubrir los gastos de producción (US\$75.000), coordinación, ejecución de la campaña en los países seleccionados y distribución de un determinado número de copias luego del lanzamiento del video en las televisoras (US\$75.000).

La cooperación técnica (CT) se diseñó bajo el título: "Video como medio de sensibilizar a la opinión pública sobre la violencia doméstica hacia la mujer". El objetivo general de la CT fue contribuir a reducir la incidencia de la violencia doméstica contra la mujer por medio de cambios en los patrones y actitudes socioculturales que la perpetúan. Se estableció también un objetivo específico de acuerdo con el cual el video debería aumentar la visibilidad del problema y sensibilizar sobre su magnitud. Las actividades por de-

sarrollar fueron: 1) la producción de un video documental; y 2) la creación y coordinación de debates públicos a nivel nacional en que este material sirviera de instrumento regulador. La CT se financió con los Fondos de Operaciones Especiales administrados por el BID y fue ejecutada y coordinada por EXR/SPE.

El Banco contrató a una especialista en comunicación para desempeñar las funciones de coordinadora regional en la sede, y a una organización no gubernamental en cada uno de los países seleccionados para coordinar las actividades de la campaña de lanzamiento del video.

Las funciones de la coordinadora regional fueron:

- Seleccionar y contratar una ONG por país para ejecutar el componente de organización, y coordinar la transmisión del video en un programa televisivo seguido de un debate ("video-debate") con personalidades del gobierno y la sociedad civil relacionadas con la lucha contra la violencia doméstica.
- Coordinar el trabajo de la representación del Banco en el país con la ONG y las empresas de televisión hasta la realización del programa.
- Hacer seguimiento del programa y su incidencia pública en los días posteriores a la emisión.
- Producción y distribución de copias del video para uso tanto de ONG como de los gobiernos del país en actividades educativas y de sensibilización contra la violencia doméstica.

Las funciones de la ONG fueron:

- Elegir un programa de televisión de cobertura nacional para la emisión del programa.



- Seleccionar un panel de expertos para el debate televisado compuesto por especialistas civiles así como las entidades de gobierno involucradas en el tema (el Ministerio de la Familia o de la Mujer, Salud, órganos judiciales y cuerpo de policía).
 - Coordinar las actividades de apoyo a los medios de comunicación, previas y posteriores a la emisión del programa con el video-debate.
 - Realizar un pequeño muestreo de reacciones y respuestas al programa a través de grupos focales, para verificar la adecuación cultural del video-debate.
 - Preparar los informes finales.³
- El hombre agresor: el tema se presenta a través de testimonios de hombres que han sido maltratadores. Se descartan los estereotipos principales y se trata la temática del tratamiento y la recuperación.
 - La mujer víctima: este problema se aborda mediante testimonios que ponen de relieve el impacto de la violencia en la personalidad de las mujeres maltratadas.
 - Se insiste en los costos y el impacto que tiene la violencia doméstica en el progreso y desarrollo de los países.
 - Se aborda el tema del impacto en las futuras generaciones.
 - Se destaca el trabajo de las ONG de mujeres.
 - Se aborda la temática de los programas que funcionan con testimonios de sus beneficiarios, desde el tratamiento psicológico hasta la formación de la policía.

Estructura del video: sus momentos y temas

La estructura temática del video giró en torno a: las mujeres víctimas de violencia doméstica, los hombres agresores, el impacto de la violencia doméstica en las generaciones futuras, sus costos e impacto en el desarrollo, los programas que pueden ayudar a reducirla y el reconocimiento del papel de las ONG de mujeres en la lucha contra la violencia doméstica.

La estructura cronológica fue la siguiente:

- Planteamiento del problema a través del testimonio de personas que lo han sufrido, complementado con cifras sobre el impacto en la región, basadas en estudios realizados por el BID en Chile, Nicaragua y Colombia.
- Se analiza el carácter público de la violencia. Se destacó el problema de la concepción del tema como asunto privado, lo cual da lugar a inhibición social, y en muchos casos gubernamental, en torno al tema.

COORDINACIÓN REGIONAL DE LA EJECUCIÓN DEL VIDEO

Modelos de ejecución

El modelo de programa de televisión más apropiado para el proyecto sería aquél que presentase un panel de expertos y permitiera transmitir un video. Es el modelo más simple y el mejor para cumplir con los objetivos del proyecto original. No obstante, a falta de programas de gran audiencia para transmitir el video-debate, la presentación del video se adaptó a programas con estructura de otro tipo o se consiguieron espacios especiales en programas de gran teleauditorio. Hay que tener en cuenta que, en todo caso, lo verdaderamente importante es que se sostenga un buen debate y, si es necesario cortar el video, su estructura lo permite. De esa manera, las adaptaciones son siempre posibles.



Modalidades de difusión

En algunos casos los programas seleccionados abrieron líneas para la participación telefónica en vivo de los televidentes, de modo que pudieron efectuarse sondeos instantáneos o intervenciones del público con preguntas a los panelistas (como en el caso de Jamaica). Otros casos interesantes, como el de Paraguay, incluyeron apartados especiales dentro del programa, como un espacio con periodistas, dedicado a la discusión del video. Estas experiencias resultaron atractivas siempre que el conductor o conductora del programa manejara el intercambio de preguntas y respuestas de forma dinámica. Hubo casos en que las preguntas del público se convirtieron en monólogos demasiado largos, con lo que decayó el nivel de interés del programa.

Una adaptación para la radio hubiera sido el complemento perfecto para una campaña como la que nos ocupa. El efecto se hubiese multiplicado, por tener la radio una mayor cobertura en las regiones más alejadas de los centros urbanos, donde este tipo de información y formación es también indispensable.

PROYECTO PILOTO EN EL SALVADOR

Selección de la ONG y ejecución del proyecto

Siguiendo el diseño del proyecto del video documental, el primer paso para presentarlo y evaluarlo en El Salvador fue la selección de una ONG que tuviera experiencia en el tema de la violencia doméstica, al tiempo que hubiera trabajado en proyectos de comunicación o sensibilización social. La ONG elegida en El Salvador fue CEMUJER, ampliamente

conocida en el país por su trabajo en las dos áreas, especialmente en la de violencia doméstica, donde ha proporcionado gran variedad y cantidad de servicios en diferentes zonas del país.

A continuación se eligió a la firma consultora UNIMER para que se encargara de evaluar el impacto del video. Esta entidad coordinó la evaluación y acordó los indicadores y la metodología con CEMUJER.

La ONG propuso posibles programas televisivos con los que se podría proponer y negociar la exhibición del documental de acuerdo con el formato dispuesto por el proyecto. La ONG se entrevistó con los directores de los programas y en algunos casos también con las empresas televisoras, para evaluar las alternativas y tomar decisiones al respecto. Hay que tener en cuenta que el acceso a este tipo de programas es complejo y difícil, de manera que el hecho de que el video hubiera sido producido por el BID y contara con su respaldo, fue sin duda un elemento facilitador de las negociaciones.

Finalmente se optó por un programa nuevo dirigido especialmente a las mujeres, dado que era el que permitía tanto la transmisión del video como el coloquio posterior entre expertas en el tema y el acceso de llamadas telefónicas en vivo del teleauditorio.

Paralelamente comenzó a estructurarse un conjunto de mecanismos de apoyo a la transmisión televisiva del video. Se trataba de organizar durante las fechas inmediatamente anteriores y posteriores, una serie de programas de apoyo en la radio, artículos de prensa y materiales de difusión encaminados a atraer la atención de la opinión pública hacia el problema de la violencia doméstica.

Una vez acordada y establecida la fecha de emisión, se puso en marcha el plan de mecanismos de apoyo para reforzar el impacto del video y se suscribieron los contac-



tos con las participantes en el programa. En el caso de San Salvador, éstos consistieron en las siguientes acciones:

- Realización de jornadas sobre derechos de las mujeres y violencia doméstica.
- Reparto masivo de hojas volantes sobre los temas anteriores.
- Charlas a la población estudiantil.
- Charlas a mujeres en situación de violencia doméstica usuarias de los servicios de CEMUJER.
- Uso del periódico mural de la Casa Morada (sede de CEMUJER) para el desarrollo de las principales ideas presentadas en el video.
- Presentaciones y charlas en centros educativos, parroquias y centros de salud de Zacamil, Mejicanos y Soyapango, zonas geográficas donde CEMUJER concentra parte importante de su trabajo de atención y prevención de la violencia doméstica.
- Transmisión de una discusión (panel) previa sobre violencia doméstica en el programa *Hablemos claro* del Canal 33, que se transmitió simultáneamente por las radiodifusoras RCS y UTEC. En él se contó con la asistencia de personalidades importantes como la representante de CEMUJER (Lic. Doris Montenegro), el Procurador General de la República (Lic. Angel Cardoza) y una magistrada de la Corte Suprema de Justicia (Dra. Anita Calderón de Buitrago).

Al mismo tiempo se iniciaron reuniones con la agencia evaluadora, para discutir y validar el instrumento de evaluación del video. En estas reuniones la ONG informó a la agencia sobre la temática y su tratamiento, y más específicamente sobre el programa y su formato. Además, se analizaron y decidieron

la orientación de las preguntas, las actividades de los días circundantes a la transmisión del video, y la fecha más adecuada para iniciar el trabajo de evaluación.

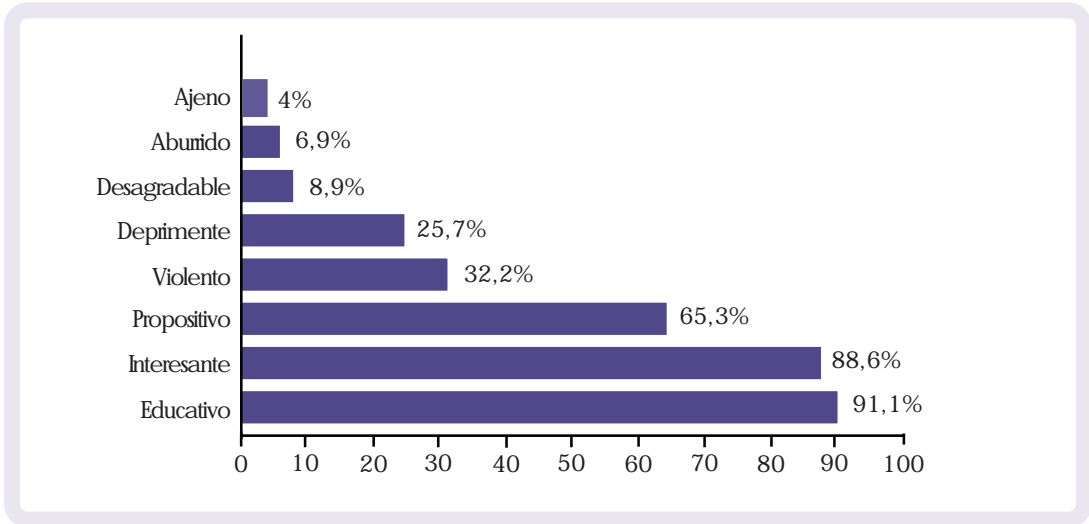
El video se transmitió el día 2 de junio de 2000, dentro del programa *De Mujer a Mujer*, de una hora de duración,⁴ en el canal 33. El formato consistió en la presentación de las panelistas y la emisión del video en toda su extensión y, posteriormente, su discusión entre las panelistas. Asimismo, se procedió a contestar y comentar las llamadas telefónicas en directo.⁵

El panel estuvo formado por su presentadora la licenciada Carmen Alvarez, y tres invitadas: Lic. Doris Montenegro, coordinadora del Area Mujer, Salud y Violencia de CEMUJER; Lic. Evelin de Marroquín, Subinspectora Jefa de la Unidad de la Familia de la Policía Nacional Civil (PNC), y Lic. Marina de Hércules, coordinadora del Programa de Saneamiento de la Relación Familiar *Teléfono Amigo de la Familia* del Instituto para el Desarrollo de la Mujer Salvadoreña (ISDEMU).

Las invitadas al panel fueron figuras reconocidas por su trabajo en violencia doméstica a nivel nacional. Dada la representación de las ONG y el gobierno, se presentaron y analizaron diversas perspectivas frente al problema, y se difundieron las acciones que desde el gobierno y la sociedad civil se llevan a cabo en el país. En El Salvador la Policía Nacional Civil (PNC) y el ISDEMU aparecen como las dos instituciones gubernamentales que han destinado más recursos y esfuerzo, sin desconocer el realizado por otras, para combatir el problema de la violencia doméstica, y ésta fue ocasión para promover los mecanismos creados con tal propósito, y para reiterar el compromiso del gobierno al respecto.

Por otro lado, la presencia de CEMUJER permitió dar a conocer su propio trabajo y el

Figura 1. Opiniones de los entrevistados acerca del video



de otras instituciones no gubernamentales, y crear un ambiente favorable y propicio para analizar y profundizar en las acciones y la coordinación entre la sociedad civil y el gobierno. El video también favorece este tipo de debates, al enfatizar la importancia del problema, así como la coordinación entre las instancias implicadas, sin delegar a ninguna de las partes la totalidad del peso de su prevención y atención.

Resultados de la evaluación

El objetivo de la evaluación fue medir el impacto del video, no del programa televisivo, entre los habitantes del área metropolitana de San Salvador. Los objetivos específicos fueron: 1) medir el grado de conocimiento de la población sobre las instituciones que velan por los derechos de las mujeres; 2) conocer las opiniones de la población meta sobre el contenido del video; y 3) evaluar la eficacia del video y su influencia en la percepción de la violencia doméstica.

La metodología empleada se basó en el diseño de una encuesta que contenía preguntas referidas a los tres objetivos específicos y se llevó a cabo en diferentes sectores de la zona metropolitana de San Salvador, representativos de los diferentes sectores socioeconómicos.

Del total de la muestra (n = 202), el 52% eran mujeres, el 52,5% de los entrevistados se concentró en el grupo de edad de 18 a 29 años y el 42,5% pertenecía al nivel socioeconómico medio.

Conocimiento sobre el tema y las instituciones que lo tratan: los resultados de la encuesta establecieron que:

- 87,6% de las personas entrevistadas recordaban haber visto o escuchado información sobre la violencia doméstica. El nivel de recuerdo fue significativamente mayor entre las mujeres.
- 90,1% conocían las instituciones que brindan apoyo, en particular: CEMUJER (52,2%), la Procuraduría para la Defensa



de los Derechos Humanos, el ISDEMU, la Fiscalía General de la República y la ONG las Dignas.

Opiniones sobre el video: la percepción de los entrevistados indica que se cumplieron los objetivos de su diseño, como puede apreciarse en la figura 1.

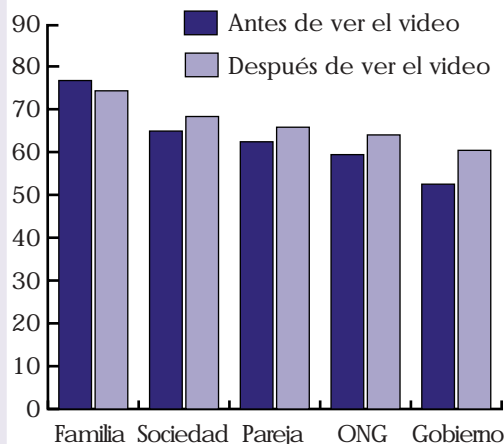
Influencia del video y opiniones de la población meta: fue de sumo interés constatar la diferencia de género en la interpretación del mensaje principal. Para las mujeres el mensaje fue “denunciar la violencia doméstica”, mientras que para los hombres, el “evitar la violencia y el maltrato doméstico”. Por otra parte, si bien los individuos identificaban diferentes tipos de violencia doméstica antes de la emisión del video, éste incrementó la percepción de diferentes actos como formas de violencia (cuadro 1).

El video aumentó la percepción de la violencia doméstica como un asunto público que compete a diversas instituciones al tiempo que disminuyó su apreciación como un asunto familiar (ver figura 2). Esto puede tener un impacto positivo en la búsqueda de asistencia por parte de las víctimas.

LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

- El video es un instrumento de gran utilidad para las ONG y los medios de comunicación masiva. Así lo demuestra su acogida favorable en los países y su uso ulterior para sensibilizar a la población y como instrumento didáctico de capacitación, tanto por los medios de comunicación como por las ONG y organismos del gobierno.

Figura 2. Percepción de los entrevistados sobre las personas o instituciones a las que les compete la violencia intrafamiliar



CUADRO 1. Influencia del video en la percepción de ciertos actos como formas de violencia

	Antes (%)	Después (%)
Golpes	85,6	94,6
Insultos	60,4	74,5
Relaciones sexuales no deseadas	23,8	45,0
Amenazas	12,9	15,3
Burlas	12,4	14,9
Chantaje	2,0	8,4
Desamparo	2,0	5,0



RECUADRO 1

Hallazgos más relevantes de la evaluación

- El video aumentó la sensibilidad de los televidentes hacia la violencia doméstica.
- El video fue valorado positivamente, ya que se le consideró educativo, propositivo e interesante, además de congruente con la realidad salvadoreña.
- El problema de la violencia doméstica no se percibe como un hecho privado; se reconocen diferentes formas de violencia doméstica y se identifican instituciones capaces de atender el problema (la Policía Nacional Civil, la Procuraduría General de la República y las ONG que promueven los derechos de la mujer).

Mayores datos sobre esta evaluación pueden obtenerse en el sitio de Internet del BID: www.iadb.org/sds/violence.

- Resulta esencial que la ONG encargada de promover el video tenga buenas relaciones y experiencia de trabajo con los medios de comunicación. El trabajo con los medios es complejo y la experiencia de las ONG es imprescindible para evitar errores importantes de coordinación.
- El uso de los medios radiofónicos es clave: la radio es tan importante o más que

la televisión en la región de América Latina y el Caribe y, por consiguiente, siempre será recomendable adaptar una versión para la audiencia de radio, independientemente de que tenga o no acceso también a la televisión. En todo caso, se recomienda que el programa se transmita simultáneamente por la radio dentro de un horario de máxima audiencia.

- Hay que adaptarse a programas televisivos ya existentes: los más efectivos y adecuados son aquellos cuyo formato se adapta a las características que exige el proyecto. Es el caso de programas en los que un presentador elige un tema monográfico e invita a participar a algunas personalidades relacionadas con el tema.
- El formato “emisión del video-debate” es adecuado para hacer llegar a los espectadores el mensaje, adaptado a la realidad de su país.
- Es importante ofrecer un medio de contacto para que la audiencia pueda canalizar sus reacciones al programa y solicitar apoyo. El anunciar números telefónicos, sugerir lugares donde la gente pueda acudir para ayudar, ofrecer una línea telefónica interactiva u otras propuestas de este orden permiten aprovechar ese primer impulso participativo que muchos ciudadanos tienen al presenciar un programa de tales características.
- La inserción dentro de la programación establecida conlleva dificultades y ha de prepararse con mucha antelación: es difícil conseguir que un canal televisivo monte un programa especial sobre el tema requerido. En el caso presente, las mayores dificultades se encontraron en la contratación de emisoras de cobertura nacional en países de grandes dimensiones, como Argentina, Chile y Brasil. En



estos casos, la emisión se realizó a través de las televisoras regionales, en distintas fechas.

- El tamaño del país es importante en términos de acceso a la televisión: salvo raras excepciones, el formato “emisión de video-debate” en un programa de cobertura nacional dentro de un horario de máxima audiencia puede lograrse con mayor facilidad en los países pequeños, donde a las televisoras, presentadores, panelistas y ONG les unen lazos informales. En los países de mayor dimensión y con un nivel mayor de comercialización del espacio (como Argentina o Chile) es mucho más difícil negociar espacios. En estos casos hay que aplicar criterios más flexibles respecto a la reducción del video a una versión más breve y la inclusión de un número menor de panelistas para el debate.
- La calidad en contenido y formato es esencial en la producción de un video o documental para una campaña de las

características que exige este video documental sobre violencia doméstica. Después de cinco años, los mensajes siguen teniendo validez, gracias a la participación de expertos en su diseño.

- Los costos de un video pensado para difusión regional son reducidos. El costo de producción sería divisible entre la totalidad de países que lo pueden usar en las condiciones en que está, y los costos de coordinación y ejecución ascienden a unos US\$5,000 por país.
- La presencia y el aval del BID en estas nuevas áreas de desarrollo ha resultado ser de gran efecto. Las sociedades y sus gobiernos entienden los mensajes concretos de las organizaciones financieras multilaterales en cuanto a los costos económicos inherentes a problemas como la violencia doméstica y la importancia de invertir en estas áreas una vez que se demuestra su eficacia en función de los costos.



BIBLIOGRAFÍA

Comité Impulsor de la Campaña por los Derechos Humanos de las Mujeres. *Memoria del Foro-Taller Políticas de Equidad de Género y Derechos Humanos de las Mujeres*. La Paz, 1998.

Egaña A. M. *Seminario Comunicación y Género*. CENECA. Santiago, 1997.

Johns Hopkins University Center for Communications Programs (JHU-CCP). *Herramientas metodológicas para el planteamiento estratégico de la comunicación en proyectos de desarrollo*. JHU-CCP. Baltimore, MD, 1998.

Memoria del Primer Encuentro Latinoamericano de Periodistas sobre Derechos Sexuales y Reproductivos. GIRE-CIMAC. Ciudad de México, 1998.

Movimiento Manuela Ramos. *Tienes dos votos preferenciales para el Congreso; dale uno a la mujer: 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer*. Lima, 2000.

Piotrow PT, Kincaid DL, Rimon II JG, Rinehart W. *Health Communication*. Praeger Publishers. Westport, CT, 1997.

Red Nacional de Trabajadoras de la Información y Comunicación (RED-ADA). *Sin los derechos de las mujeres y las niñas no hay derechos huma-*

nos: campaña por los derechos humanos de las mujeres. RED-ADA. La Paz, 1999.

Reunión de Evaluación de América Latina y el Caribe. *Campaña contra la morbimortalidad materna: informes de Cuenca*. RMMDR. Amsterdam, 1997.

Para mayor información sobre este y otros proyectos del BID sobre violencia, véase:

www.iadb.org/sds/violence.

NOTAS

¹ Argentina, Brasil, Chile, Perú, Paraguay, Venezuela, México, Nicaragua, República Dominicana, Jamaica.

² La reunión se celebró los días 14 y 15 de diciembre de 1995 en Washington, DC. El grupo estuvo compuesto por representantes de los dos organismos multilaterales mencionados y por especialistas en comunicación y violencia doméstica tanto de la región como internacionales.

³ Estos informes pueden solicitarse a EXR/SPE.

⁴ El programa se repite a las 10 p.m. y se transmite simultáneamente en Radio Universidad Tecnológica, de cobertura Nacional.

⁵ El éxito de este tipo de formato ubicó al programa en el horario de los viernes.



El Banco Interamericano de Desarrollo *está comprometido en trabajar conjuntamente con los gobiernos y las sociedades civiles de América Latina y el Caribe para reducir la violencia doméstica y su impacto en el desarrollo social y económico de los países. Con este fin el BID, junto con los gobiernos de Finlandia, Suecia y Noruega, financió el proyecto *Paraguas Técnico-Violencia Doméstica*, el cual permitió recoger las experiencias de diversos países en la prevención y tratamiento de la violencia doméstica y sintetizarlas en folletos destinados a apoyar el diseño y aplicación de políticas y programas en la región. Cada uno de los nueve folletos informativos -más uno introductorio- sintetiza las lecciones aprendidas en un tema específico dentro de las siguientes áreas: 1) diseño de políticas públicas (planes nacionales contra la violencia doméstica), 2) prevención de la violencia (videos y campañas de comunicación, educación popular sobre masculinidad, y capacitación de facilitadoras indígenas), y 3) atención de víctimas y victimarios (líneas telefónicas de emergencia, refugios para mujeres, tratamiento de agresores y capacitación a jueces en la aplicación de convenios internacionales).*

2001



Banco Interamericano de Desarrollo

Unidad de la Mujer en el Desarrollo

1300 New York Ave., NW, W-502

Washington, DC 20577

Estados Unidos de América

sds/wid@iadb.org

www.iadb.org/sds/violence