



Barcelona, 11 de julio de 2008

Sobre la nueva campaña del *Ministerio de Igualdad*

Esta semana, desde el Ministerio de Igualdad, se han presentado tres anuncios de carácter institucional que quieren promover una sensibilidad social crítica contra los hombres que maltratan las mujeres. La iniciativa nos parece excelente, no obstante, consideramos que hay ciertos aspectos a resolver, sobretodo respecto la cuestión de responsabilidad social a que aluden.

Desde *l'Observatori de les Dones en els mitjans de comunicació*, no acabamos de entender porqué uno de estos anuncios, protagonizado por niños y niñas, reclama a la madre que no aguante más los maltratos del padre. En ningún momento piden al padre que deje de utilizar la violencia para relacionarse con quien, supuestamente, ama. Podríamos incluso pensar que tienen miedo del padre y que no se atreven a dirigirse a él pero, ¿es éste el mensaje que transmiten a la madre? Desgraciadamente, lo único que resulta de sus voces es una presión añadida sobre las mujeres agredidas (y un extra de dramatismo efectista al incluir dentro del mensaje el papel de la maternidad).

Sobre las mujeres recae, entonces, la responsabilidad de no continuar sometidas a una situación que, no olvidemos, ellas no provocan sino que se les impone. La puesta en escena de este anuncio es tan peligrosa que equivale a decir directamente que la solución sería tan simple como que las mujeres sólo tienen que decidir no ser maltratadas para dejar de serlo. Miles de personas sometidas a situaciones de violencia en el ámbito familiar no opinarían lo mismo.

Esta fractura a la hora de comprender y evaluar la responsabilidad de la perpetuación de la violencia hacia las mujeres se hace mayor por el hecho que otro de los anuncios proclame: "Cada vez que pegas a una mujer dejas de ser un hombre", y sólo esté protagonizado por hombres, evitando por consiguiente situar



esta responsabilidad a un nivel global y social. ¿Así pues, tenemos que suponer que de golpe, la condena a los maltratos sólo pasa a ser un asunto de hombres, sólo a resolver y solucionar por los hombres? ¿Dónde quedan aquí las mujeres que reclaman no ser maltratadas delante de una situación que las afecta a ellas? ¿Y, de todos modos, qué significa “ser un hombre”?

Podríamos pensar que esta figura protagonista que falta se resuelve en el tercer anuncio en el que las mujeres expresan que tienen derechos y que por este motivo nunca en la vida merecerán que nadie les levante la mano. Pero aquí, ¿a quién hablan y desde dónde? ¿Cómo es que en el momento de expresar sus voluntades se las aísla de la sociedad y aparecen enmarcadas solas, en escenarios asépticos y desnudos, sin ningún contacto con la sociedad en la que se generan y desarrollan los derechos de las mujeres? ¿Por qué sus reclamaciones no se dirigen directamente a los hombres que las maltratan? ¿O no es un mensaje compartido en una comunidad que es la responsable de resolver las agresiones contra las mujeres? Al fin y al cabo estamos frente a la imagen de unas mujeres descontextualizadas, hecho que sólo consigue acentuar más su fragilidad y no la situación real y natural en nuestra sociedad.

Que no se haya optado por simular situaciones de maltrato y violencia es algo que celebrar. Pero la inconexión entre lo que se dice y el modo como se dice, hacen que el auténtico mensaje, que es que la violencia hacia las mujeres es un hecho de responsabilidad social, quede diluido por una reproducción de tópicos que de forma paradójica consiguen que hoy en día, la violencia hacia las mujeres tenga aún una consideración social tan sesgada.

Os adjuntamos el link donde podeis ver los anuncios.

http://www.migualdad.es/noticias/tolerancia_0/080708_tolerancia_cero.html