



DECÁLOGO



Con la colaboración de:



PARA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS **DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO**

Pautas y tipos de mensaje que deben orientar las campañas publicitarias:

primero

Concienciar de los peligros que entraña minimizar el riesgo de una situación de maltrato.

segundo

Dejar constancia de que los malos tratos a las mujeres son un delito.

tercero

Emitir mensajes que favorezcan a identificar el inicio de las relaciones abusivas, mostrando “las señales de advertencia” que ayudarán a observar y detectar los comportamientos que determinan el proceso de creación de dependencia y las estrategias de control.

cuarto

Orientar sobre las medidas de actuación en caso de un ataque violento, indicar qué hacer cuando hay niñas/os implicados y en general ofrecer pautas sobre medidas de seguridad ante situaciones de riesgo.

quinto

Realizar campañas que muestren el riesgo y las secuelas que entrañan para la salud de las mujeres la violencia física y psicológica, y concienciar de que una situación de violencia no se soluciona con el tiempo, sino con apoyo profesional especializado.

sexto

Dirigir mensajes a los profesionales implicados desde distintos ámbitos en la asistencia e intervención, fomentando la cooperación entre ellos y ofreciéndoles pautas para su detección y consiguiente actuación.

séptimo

Diseñar mensajes que contrarresten la idea de falta de eficacia de los recursos, mostrando su utilidad, para proporcionar confianza, seguridad y expectativas de recuperación.

octavo

Difundir mensajes que muestren no sólo las ventajas, sino también los riesgos de la ruptura.

noveno

Implicar al conjunto de los varones en la intolerancia a los comportamientos coercitivos hacia las mujeres.

décimo

Desmitificar y mostrar las características reales de los varones que ejercen violencia y abuso, haciendo visibles los mecanismos y formas en que la ejercen.