

**Llamado a empresas de comunicación interesadas en proveer una  
ESTRATEGIA de COMUNICACIÓN acerca de la VIOLENCIA BASADA EN GÉNERO  
EN EL ESPACIO PÚBLICO que promueva y proyecte a  
MONTEVIDEO como una CIUDAD LIBRE DE ACOSO SEXUAL.**

**EN EL MARCO DEL PROGRAMA GLOBAL DE ONU MUJERES:  
CIUDADES Y ESPACIOS PÚBLICOS SEGUROS PARA MUJERES Y NIÑAS.**

Agosto 2018

# INDICE

1.Presentación.....	3
2.Objeto y alcance del llamado.....	15
3.Objetivos generales y específicos.....	17
4.Públicos objetivos.....	21
5.Tono de la Campaña.....	27
6.Propuesta técnica.....	29
7.Mandatorios.....	31
8.Información de base sobre la temática y anexos claves información.....	33

# 1. PRESENTACIÓN

---

## ¿POR QUÉ ES NECESARIO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA A LA CIUDADANÍA SOBRE LA TEMÁTICA?

La Intendencia de Montevideo (IM) propone realizar en 2018, **la primera campaña departamental sobre acoso sexual en el espacio público**, con el fin de promover y proyectar a Montevideo como una ciudad libre de acoso, en el marco del Programa de Ciudades y Espacios Públicos Seguros de ONU Mujeres.

A pesar de la visibilidad que ha adquirido como problemática social la violencia basada en género en la cotidianeidad, y de las políticas públicas departamentales y nacionales tendientes a la solución de este problema, aún hay una falta importante de concientización e implicancia respecto al acoso sexual en el espacio público. **No se lo visualiza todavía como un problema, como una expresión de violencia basada en género que condiciona la libertad de las mujeres para transitar y desarrollarse libremente y en igualdad de condiciones que los hombres por nuestra ciudad.**

Desde la IM, creemos profundamente en la necesidad de generar una campaña 360 **sobre acoso sexual en el espacio público**, que genere sensibilización pero sobre todo que persiga el **CAMBIO CULTURAL promoviendo la igualdad de género. Entendemos que la desigualdad es la base del problema social al que nos enfrentamos, y que como consecuencia más grave trae la violencia basada en género.**

Esta campaña:

- Se llevará adelante dentro de los próximos dos años del período de gobierno. El presente llamado es para concretar la primera etapa de la campaña en el período 2018.
- Se enmarca a través de la División Asesoría para la Igualdad de Género en Noviembre, Mes de Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres #LaViolenciaEmpiezaconlaDesigualdad.
- Busca generar alto impacto en el mensaje, y en la calidad de los productos publicitarios, tomando a la ciudad de Montevideo como plataforma de las acciones.
- Se espera sea de gran alcance
- Continuará posicionando el claim **MontevideoXigual** como paraguas (que comenzó a instalarse en el imaginario de la ciudadanía con la campaña de Noviembre 2017), instalando el acoso sexual en el espacio público como una forma de violencia basada en género que limita el derecho de las mujeres a la ciudad.

Con esta campaña buscamos instalar en el imaginario colectivo un problema social que como IM creemos necesario modificar: **el acoso sexual en el espacio público.**

- Es una forma de violencia de género.
- Es un problema para las mujeres de Montevideo porque las violenta y se sienten agredidas.
- Expresa una forma de vincularnos en el espacio público que genera desigualdad.
- Limita a las mujeres en el ejercicio de su autonomía, en la movilidad, en el disfrute del espacio público y en el ejercicio y acceso a otros derechos como por ejemplo la educación, la participación y el ocio.

Para hacer posible esta campaña, la IM consideró necesario y fundamental ingresar al Programa Ciudades y Espacios Públicos Seguros de ONU Mujeres.

## ¿QUÉ ES EL ACOSO SEXUAL EN EL ESPACIO PÚBLICO?

**Acoso sexual callejero.** Todo acto de naturaleza o connotación sexual ejercida en los espacios públicos por una persona en contra de una mujer sin su consentimiento, generando malestar, intimidación, hostilidad, degradación y humillación (LEY 19.580 INTEGRAL DE VIOLENCIA DE GÉNERO)

### CARACTERÍSTICAS

- Prácticas de connotación sexual.
- Entre personas desconocidas.
- Acciones expresivas o verbales:
  - **Ofensa:** La ofendió con frases o palabras obscenas de tipo sexual por ser mujer.
  - **Miedo:** Le hizo sentir miedo de sufrir un ataque o abuso sexual.
  - **Contacto:** Tocó su cuerpo sin su consentimiento, la obligó a tener relaciones sexuales o intentó forzarla a tener relaciones sexuales, la obligaron a realizar actos sexuales o a tener relaciones sexuales a cambio de dinero.
- **Hablamos de ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS PÚBLICOS:** como la calle, el transporte público, plazas o espacios semi públicos (shopping, universidad, bares, locales bailables, conciertos).
- Produce malestar en la víctima, tiene consecuencias negativas para quien lo recibe y genera un entorno hostil.
- Acciones unidireccionales, es decir, no consentidas por la víctima y quien acosa no tiene interés en entablar una comunicación real con la persona agredida.
- Refleja la desigualdad de poder entre hombres y mujeres en el espacio público.

## ¿QUÉ ES EL PROGRAMA CIUDADES SEGURAS?

Todos los días mujeres y niñas en todo el mundo viven situaciones de **violencia por el hecho de ser mujeres** (comentarios, tocamientos hasta violaciones) **en espacios públicos** (calle, plazas, mercados, transporte público, conciertos en espacios públicos, bares, locales bailables).

Tanto **la amenaza como la experiencia de la violencia afectan su acceso** a las actividades sociales, la educación, el empleo y las oportunidades de participación.

ONU Mujeres, con base en su mandato para eliminar la violencia contra las mujeres y las niñas, lanzó en noviembre de 2010 la iniciativa insignia “Ciudades Seguras y Espacios Públicos Seguros”. Se trata del primer programa mundial en su tipo que diseña, aplica y evalúa herramientas, políticas y enfoques integrales de prevención y respuesta al acoso sexual y otras formas de violencia sexual contra mujeres y niñas en diferentes escenarios.

Las ciudades que ingresan al programa se comprometen a garantizar que las mujeres y las niñas estén social, económica y políticamente habilitadas en espacios públicos libres de acoso sexual y otras formas de violencia sexual.

En las intervenciones participan gobiernos locales y/o nacionales, organizaciones de mujeres y otros actores relevantes de la comunidad.

# Cuatro Áreas Estratégicas del Programa Ciudades Seguras

## **GENERAR DATOS, CONSTRUIR ALIANZAS PARA EL CAMBIO.**

Datos para dimensionar el problema del acoso sexual y la violencia en los espacios públicos.

Base para futuras acciones.

## **DESARROLLAR E IMPLEMENTAR LEYES Y POLÍTICAS INTEGRALES.**

Prevención y abordaje de la violencia sexual en espacios públicos.

Capacitación y sensibilización.

Supervisión de su aplicación y asignación de presupuesto.

## **INVERTIR EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS.**

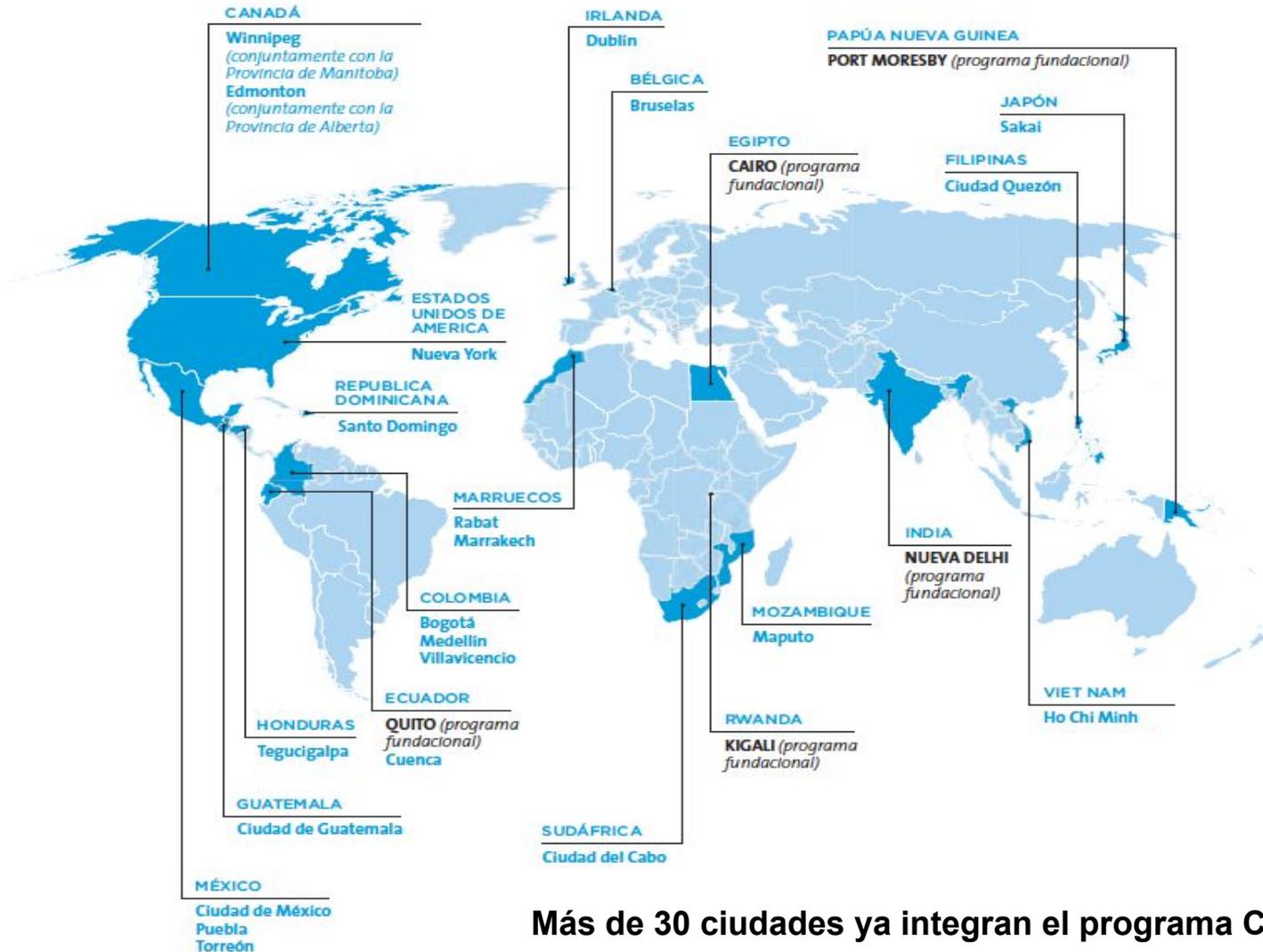
Planificación urbana con perspectiva de género contempla necesidades de mujeres y hombres.

Inversión en infraestructura pública para mayor seguridad de mujeres y niñas.

Desarrollo económico para el empoderamiento de las mujeres.

## **TRANSFORMAR LAS NORMAS SOCIALES.**

Actividades para fomentar relaciones de género respetuosas en escuelas, comunidades y otros entornos para la toma de conciencia sobre la igualdad de género y la seguridad en espacios públicos.



Más de 30 ciudades ya integran el programa Ciudades Seguras

## ¿POR QUÉ MONTEVIDEO DEBE ABORDAR ESTE PROBLEMA/TEMA?

- Uruguay no tiene una norma específica sobre acoso sexual en espacios públicos pero a partir de la aprobación de la ley de violencia hacia las mujeres basada en género (Ley N°19.580) se lo reconoce como una forma de violencia (art.6, párrafo k).
- Casi la mitad de las montevideanas ha vivido violencia de género **en espacios públicos según la Encuesta Nacional de Prevalencia basada en Género y Generaciones (2013)**.
- La prevalencia es alta en las ciudades y afecta a mujeres, con énfasis en mujeres afro y jóvenes y es por esto que es una política de género propia de los gobiernos departamentales.
- El goce pleno de la ciudad por parte de hombres y de mujeres es compromiso de la Intendencia de Montevideo, plasmado en el 3er. Plan de Igualdad de Género y en el Plan Nacional de Acción 2016-2019 por una vida libre de violencia de género.

## ¿CÓMO IMPLEMENTAMOS EL PROGRAMA CIUDADES SEGURAS EN MONTEVIDEO?

### GENERAR DATOS, CONSTRUIR ALIANZAS

Diagnóstico sobre la violencia de género en Montevideo.

Áreas de intervención:  
**Unión - Villa Española  
y Parque Rodó.**

Línea de base - con encuesta sobre acoso sexual en espacios públicos.

Grupo operativo IM.

### DESARROLLAR E IMPLEMENTAR LEYES Y POLÍTICAS

Revisión de normativa existente y propuesta de modificación o creación de normativa departamental.

Sensibilización de actores clave: funcionariado IM, guardaparques, etc.

Guía para la prevención de violencia de género en espacios públicos.

Guía para diseño de espacios públicos con perspectiva de género.

### INVERTIR EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

Circuitos seguros para mujeres (iluminación, diseño, cartelería, equipamiento urbano) en áreas de intervención.

Cartelería para parques urbanos de Montevideo.

Entre otras...

### TRANSFORMAR LAS NORMAS SOCIALES

Estrategia de sensibilización y compromiso con líderes de opinión.

Campaña masiva de acoso sexual en espacios públicos.

Sensibilización específica a jóvenes y adolescentes sobre la temática.

## ANTECEDENTE 2017/Campaña Noviembre Mes de Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres

Con la campaña que se realizó desde la División Asesoría para la Igualdad de Género en Noviembre de 2017 por el Mes de Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres, comenzamos a instalar el claim ***MontevideoXigual*** y la idea de **la desigualdad como causa principal de la violencia** de manera consciente en la sociedad con el fin de involucrar a todas las personas, y hacerlas sentir parte del problema. La campaña se dirigió principalmente a las personas adultas, referentes de niñas y niños; padres, madres, maestros/as, educadores/as como responsables de su educación para incentivar a que las y los eduquen sin estereotipos de género y promoviendo igualdad.

## **DIVISIÓN ASESORÍA PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO**

**Claims y hashtags a considerar:**

### **MontevideoXigual**

Por una ciudad libre de violencia de género

### **Campaña Marzo Mes de las Mujeres**

#LaIgualdadSeAprende

### **Campaña Noviembre Mes de Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres**

#LaViolenciaEmpiezaconlaDesigualdad

### **Fortalecidas**

#Construyendoligualdad

## 2. OBJETO Y ALCANCE DEL LLAMADO



## **OBJETO DEL LLAMADO**

El objeto general del presente llamado es diseñar, desarrollar, producir e implementar una estrategia de comunicación para concientizar sobre la problemática del acoso sexual en espacios públicos en Montevideo como forma de la violencia basada en género, en el marco del Programa Global de ONU Mujeres Ciudades y Espacios públicos Seguros para Mujeres y Niñas.

# 3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

---

## OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

El objetivo general de la campaña es concientizar a la población acerca del acoso sexual en el espacio público, desnaturalizando esta forma de violencia basada en género arraigada en la sociedad.

En una primera etapa (año 2018), generar una estrategia de comunicación con los siguientes objetivos específicos:

- concientizar a la población acerca de qué es el acoso sexual en el espacio público.
- concientizar a la población acerca de las consecuencias negativas del acoso sexual en el espacio público para las mujeres.
- concientizar a la población sobre el uso desigual de la ciudad para hombres y mujeres lo que esto genera.
- instalar el tema en la agenda pública como problema social; líderes de opinión y público masivo.
- instalar el tema en la agenda política e instituciones públicas.

## IDEAS FUERZA

La campaña de comunicación propuesta deberá basarse en un concepto creativo fuerte que funcione como disparador de las ideas fuerzas citadas a continuación:

- el **acoso sexual en el espacio público es una forma de violencia basada en género y una expresión de desigualdad: no se considera a las mujeres como iguales cuando se las acosa en el espacio público.**
- la **violencia basada en género** es un **problema social** consecuencia de los comportamientos socialmente aprendidos y como sociedad precisamos generar un **cambio estructural**.
- tanto hombres como mujeres, desde los diferentes ámbitos **reproducimos las pautas de desigualdad** que sostiene la violencia que van desde el micromachismo hasta el femicidio.
- el **acoso sexual en el espacio público NO es un tema menor**, que sólo refiere a la percepción de cada mujer,
- el acoso sexual en el espacio público **genera consecuencias negativas** en la vida de las mujeres. Las mujeres tienen miedo de transitar “solas” por los espacios públicos.
- lograr un **compromiso personal de los hombres en relación al cambio cultural**, proponiendo un cambio de actitud de aquellos hombres que acosan, visibilizando posibles roles activos en el cambio cultural hacia la igualdad.
- lograr un **compromiso personal** en referentes adultos/as de jóvenes que reproducen de pautas de comportamiento, que promuevan que **#LaViolenciaEmpiezaconlaDesigualdad**, que **#LaIgualdadSeAprende** y **que estamos construyendo un #MontevideoXigual**.

## FALSAS CREENCIAS SOBRE LAS QUE ACCIONAR

- El cuerpo de las mujeres es un objeto sexual y en los espacios públicos se vuelve un elemento más de lo público que puede y debe ser conquistado por los hombres.
- El piropo es simpático e inocente.
- A todas las mujeres les gusta recibir “halagos” en el espacio público.
- Solo se acosa cuando se piropea.
- Estos acercamientos tienen por objetivo la seducción, “el levante”.
- Las mujeres no tienen que andar solas en la calle porque te puede agredir sexualmente.
- Las mujeres provocan con su manera de vestir y actuar.
- La violencia basada en género es un tema privado: necesitamos lograr que la ciudadanía entienda, crea y sienta que la violencia basada en género es un problema social, no personal, y que para solucionarlo todos y todas debemos generar un cambio en nuestros comportamientos sociales.

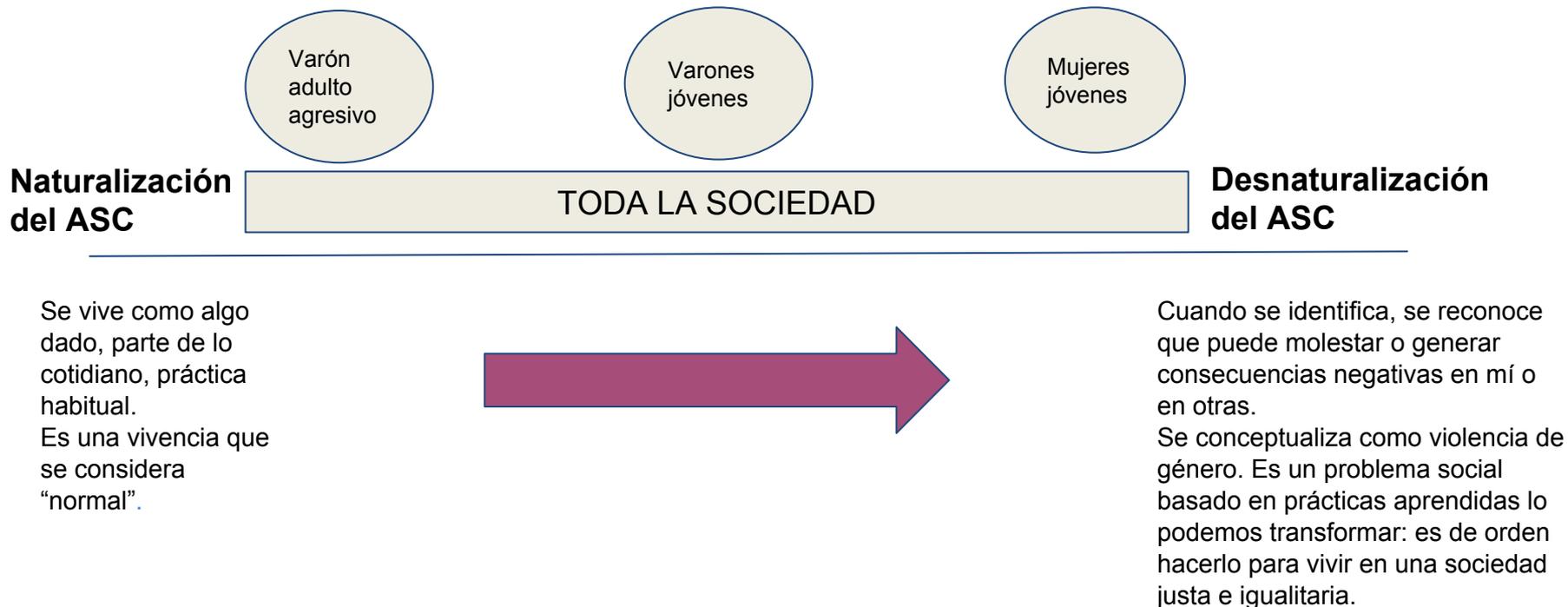
# 4. PÚBLICOS OBJETIVOS



En base a una serie de grupos de discusión acerca de **violencia basada en género**, realizados anteriormente junto a Equipos Mori, logramos definir la siguiente tipología de públicos:

- **SOCIEDAD EN GENERAL:** no sensibilizada y que tiene naturalizado el acoso en el espacio público
- **HOMBRES AGRESORES** que necesitan ayuda para cambiar su comportamiento.
- **MUJERES QUE VIVEN Y SUFREN** acoso sexual en el espacio público.
- **MUJERES Y HOMBRES QUE NATURALIZAN** el acoso sexual en el espacio público.
- **ESPECTADORES PASIVOS, HOMBRES Y MUJERES:** que piensan o sienten que no deben involucrarse si son testigos del acoso sexual en el espacio público. Sería deseable que se involucraran en su propio accionar, en su entorno, y cuestionaran sus comportamientos aprendidos.
- **ADULTOS/AS REFERENTES** de jóvenes adolescentes (madres/padres, maestras/os, directores/as, profesores/as, familiares cercanos) promotores de pautas de comportamiento aprendido.
- **JÓVENES, ADOLESCENTES**

## PÚBLICOS OBJETIVOS SEGÚN GRADO DE NATURALIZACIÓN DEL ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS PÚBLICOS:



## **PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES QUE VIVEN ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS PÚBLICOS EN MONTEVIDEO SEGÚN DIAGNÓSTICO:**

Como toda forma de VBG demanda una perspectiva INTERSECCIONAL para identificar las expresiones concretas y las experiencias específicas.

- **Temprana Edad:** Las entrevistadas señalan haber vivido su primer experiencia de ASC en el entorno de los 12 años. Según la Encuesta de Prevalencia: más de la mitad de las mujeres entre 15-29 declaró haber vivido ASC en el último año.
- **Ascendencia Étnica-Racial:** Las mujeres afro vivencian ASC en una magnitud 10% mayor respecto a otras mujeres. Se destaca como formas específicas: la hipersexualización y territorialización de sus cuerpos en el habitar urbano.
- **Mujeres Trans:** Hay formas específicas de ASC hacia quienes no siguen “la norma” de identidad sexo-genérica. Se destaca mayores niveles de hostigamiento y degradación de sus cuerpos.

## **PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS SITUACIONES DE ACOSO SEXUAL EN ESPACIOS PÚBLICOS DE MONTEVIDEO SEGÚN DIAGNÓSTICO:**

Este tipo de violencia demanda ser pensada como hecho situado, localizado, dadas sus características espacio-temporales:

- Cotidianeidad: “Todo el tiempos en todos lados”.
- Los grupos de discusión muestran que el ASC es más frecuente durante el día, pero la amenaza de ser agredidas sexualmente emerge de noche.
- Zona céntrica: lógica de inmediatez, anonimato.
- Entorno Barrial: espacio de movilidad habitual, vivencia de cotidianeidad desde temprana edad.

## **OTROS PÚBLICOS QUE NECESITAMOS ALCANZAR:**

Además de la campaña de comunicación masiva, solicitamos que la agencia proponga acciones específicas y concretas para alcanzar a los siguientes grupos:

- Prensa
- Líderes de Opinión, Mujeres Referentes
- Esfera Política e Instituciones Públicas

Es clave construir y posicionar el problema en estos grupos, para que lo bajen y repliquen en su ámbito de actuación particular.

# 5. TONO DE LA CAMPAÑA

---

## TONO DE LA CAMPAÑA

- que sea optimista, persuasiva, motivante y constructiva.
- que sea rupturista.
- que interpele y motive a la reflexión.
- que no victimice a la mujer, niñas y adolescentes.
- que no promueva el estereotipo de hombre agresor, mujer víctima.
- que comprometa a la sociedad en su conjunto.
- que comprometa a la ciudad en su conjunto.

# 6. PROPUESTA TÉCNICA

---

## LA PROPUESTA TÉCNICA DEBERÁ CONTENER:

1. **estrategia.**
2. **concepto creativo.**
3. **pieza madre gráfica** (key visual) y **piezas complementarias según públicos objetivos** (representadas a través de un boceto fácilmente adaptable a distintos formatos (vía pública, prensa, redes, contenidos digitales, folletería, stickers, afiches, sitios web de la IM y colaboradores, roll ups, otros soportes. Se valorará mock up de los mismos).
4. **pieza madre audiovisual** y **piezas complementarias según públicos objetivos** (representadas a través de un storyboard, animatic o similar que pueda adaptarse a los diferentes formatos (TV, pantallas IMPO y +Bus, FB, TW, YT, Instagram, IG Stories, etc.) y considerando subtítulo y/o lengua de señas.
5. **menciones de radio** (representadas a través de guiones o bocetos)
6. **piezas de la campaña en medios digitales** (representadas a través de bocetos con sus aplicaciones a los medios correspondientes detallados anteriormente)
7. **intervenciones urbanas en la ciudad y principalmente en los barrios de Unión Villa Española y Parque Rodó**
8. **intervención de fachada de IM y principales dependencias como Teatros, Museos, Salas, oficinas, etc.**
9. materiales para la **presentación de la campaña y la conferencia de prensa** (back de prensa, invitación, PPT, bumper, pollerín, pendón de fachada, pastillas web, cabezal de mailing, balconera digital, etc.)
10. la **recomendación estratégica y el plan de medios**

### **Aclaración:**

**Los puntos del 3 al 10 son requisitos para la evaluación técnica de las propuestas presentadas. Sin perjuicio de que la estrategia contenga otros materiales y soportes que la agencia considere pertinente presentar.**

# 7. MANDATORIOS



## MANDATORIOS

- inclusión logo **Intendencia de Montevideo** según manual de identidad de la IM
- Inclusión logo **MontevideoXigual** según manual de identidad de la IM
- Logo **ONU Mujeres**
- inclusión redes sociales según manual de identidad de la IM
- inclusión en piezas clave de “Mes de Lucha Contra la Violencia hacia las Mujeres”  
tomando en cuenta: hashtag #LaViolenciaEmpiezaconlaDesigualdad y/o hashtag nuevo propuesto para esta campaña
- lenguaje inclusivo
- lengua de señas en materiales audiovisuales
- casting diverso y representativo
- en materiales impresos la leyenda “Por favor, no tires este material informativo en la vía pública.”
- imagen de campaña siguiendo los lineamientos del manual de identidad institucional vigente de la IM.  
tipografía de la IM y manual de identidad disponibles

Aclaración: Se hará entrega del material institucional para aplicar a piezas a quienes participen de la reunión informativa

# 8. INFORMACIÓN DE BASE SOBRE LA TEMÁTICA Y ANEXOS CLAVE DE INFORMACIÓN

---

## INFORMACIÓN DE BASE SOBRE LA TEMÁTICA

### GÉNERO:

Podemos definir **el concepto de género**, como un concepto relacional (García Prince 2013) que refiere básicamente a las relaciones entre hombres y mujeres, y principalmente a los sentidos sociales y culturales que se le ha dado a dicha relación a lo largo de la historia, siendo diferentes según tiempo y espacio, o época y sociedad.

Como menciona Joan Scott “el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos” y al mismo tiempo es “una forma primaria de significar relaciones de poder” (García Prince Evangelina, año 2013, pág. 21). El concepto de género es un concepto complejo en el que operan y se entrecruzan constantemente las dimensiones simbólica, normativa, organizacional e institucional de las relaciones de poder y la identidad subjetiva.

Como plantea García Prince, “...hay que entender que **las relaciones de poder entre los géneros** implican que se trata de un poder de apropiación/dominio/control de los hombres sobre las mujeres, a las cuales les corresponde la subordinación. Otra manera de entender este hecho es señalando que entre hombres y mujeres, las relaciones son de apropiación y exclusión del género expropiado, dominado y controlado, por el dominante” (García Prince Evangelina, año 2013, pág. 26).

Dentro del mecanismo interno que sostienen las relaciones de poder entre los géneros, primero se encuentra **la desigualdad**, que implica la existencia de una relación jerárquica, de ahí que se suceda la discriminación, que materializa y concreta la subordinación de las mujeres. Por último, **la violencia de género** hacia las mujeres; cuando el hombre controla y sanciona todo incumplimiento o insubordinación de la mujer respecto de las pautas discriminatorias.

## **VIOLENCIA DE GÉNERO:**

Podríamos decir que este último es el grado máximo de desigualdad de género.

Desde una concepción amplia entendemos la violencia de género como la que se ejerce en base al sexo o al género de una persona, en distintos ámbitos de la vida social y política, enraizada en las relaciones de género dominantes en una sociedad. **No es sinónimo de violencia doméstica o en la pareja**, sino que abarca todas las que se ejercen desde la posición dominante masculina sobre representantes de las posiciones subordinadas, sean estos mujeres, menores, adultos mayores, discapacitados/as, integrantes de minorías (de la diversidad sexual, racial, étnica o nacional) (RUCVDS, año 2013, pág.15)

Según la **LEY DE VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES BASADA EN GÉNERO** 19.580 del 2017:

La violencia basada en género es una forma de discriminación que afecta, directa o indirectamente, la vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, así como la seguridad personal de las mujeres.

Se entiende por violencia basada en género hacia las mujeres toda conducta, acción u omisión, en el ámbito público o el privado que, sustentada en una relación desigual de poder en base al género, tenga como objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos o las libertades fundamentales de las mujeres.

Quedan comprendidas tanto las conductas perpetradas por el Estado o por sus agentes, como por instituciones privadas o por particulares.

## OTROS ELEMENTOS CENTRALES DEL DIAGNÓSTICO:

¿Qué sabemos sobre las estrategias de las mujeres ante situaciones de Acoso Sexual en espacios públicos?

**El miedo**, en tanto emoción que experimentan las mujeres, posee **consecuencias directas** en acciones de prevención que despliegan las propias mujeres: restricción de los circuitos, horarios de uso y tránsito por la ciudad. En este sentido, caminar o salir solas por la noche es percibido como un riesgo a evitar de modo frecuente por gran parte de las mujeres de modo independiente a su edad o nivel socioeconómico.

Hay mujeres que elaboran **estrategias** para superar el miedo a la oscuridad y soledad percibidas como amenazantes: **acelerar el paso, tomar un taxi, modificar sus recorridos, modificar su vestimenta**, entre otras.

Las mujeres adultas mayores suelen ser quienes sienten mayor vulnerabilidad frente a una posible agresión. Con frecuencia, éstas narran evitar de modo tajante salir por la noche y quedan **recluidas a sus hogares**.

Las más jóvenes, quienes suelen salir con mayor frecuencia a actividades nocturnas, perciben la movilidad como un problema: caminar no es una opción posible, los ómnibus tienen poca frecuencia, los taxis pueden resultar costosos, la bicicleta presenta riesgos. Se limitan las opciones y las dificultades son difíciles de sortear. De este modo, **evitan salir solas** o, aquellas que pueden costearlo **pagan servicios como taxi o Uber**, pero la circulación por la noche se vuelve una restricción o un costo al que no todas pueden acceder.

Se trata de **un costo que, a la vez, se impone a las mujeres de modo diferencial respecto a los varones**, mientras que un 81% de las mismas usan los servicios de taxi con frecuencia, sólo un 19% de los varones lo hace (PNUD Uruguay, 2012).

## **OTROS ELEMENTOS CENTRALES DEL DIAGNÓSTICO:**

**¿Qué sabemos respecto a “los varones que acosan” en el espacio público?**

“barra de varones jóvenes”: increpan por la calle pero son evitables...

“varón adulto”: genera miedo – potencial agresor.

Estas características varían según las zonas cartografiadas en el diagnóstico: Parque Rodó y Unión – Villa Española.

## ANEXOS CLAVES DE INFORMACIÓN

Documentos	Contenido	Link
<b>Diagnóstico sobre la violencia de género en espacios públicos de Montevideo (FCS, 2018).</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Conceptualización de la violencia contra mujeres y niñas en los espacios públicos, con foco en acoso sexual callejero.</li><li>2. La situación en Montevideo, datos cuantitativos y cualitativos.</li><li>3. Diagnóstico específico de las zonas seleccionadas: Parque Rodó y Unión/Villa Española.</li><li>4. Anexo III. Informe sobre campañas realizadas contra el acoso sexual en espacios públicos.</li><li>5. Anexo IV. Diagnóstico cuantitativo sobre la situación de la violencia basada en género en espacio públicos.</li></ol>	<b>Documento confidencial reservado</b> (se entregará a quienes participen en la reunión mandatoria).
<b>Catálogo de campañas desde Estados, elaborado (FCS, 2018).</b>	Referencia y descripción de diversas campañas internacionales.	<b>Documento confidencial reservado</b> (se entregará a quienes participen en la reunión mandatoria).

<b>Documentos</b>	<b>Contenido</b>	<b>Link</b>
Primera Encuesta Nacional de Prevalencia de Violencia Basada en Género y Generaciones (INE, Inmujeres, 2013)	Primer instrumento que cuantifica la violencia de género a nivel nacional y el único que provee información estadísticamente representativa de la prevalencia del fenómeno. Un capítulo específico se dedica a la violencia de género en el espacio público.	<a href="http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/33876/1/resumen_de_encuesta_mides.pdf">http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/33876/1/resumen_de_encuesta_mides.pdf</a>
Ley 19.580 de violencia hacia las mujeres basada en género.	Marco legal uruguayo. Define la violencia basada en género hacia las mujeres. Artículo 6 define las diferentes formas de violencia y párrafo K define el acoso sexual callejero.	<a href="https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19580-2017">https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19580-2017</a>
3er. Plan de Igualdad de Género de Montevideo.	Expresa el compromiso del gobierno departamental y los gobiernos municipales con la igualdad de género, para el periodo 2016 2020. Énfasis en lineamientos 4,5 y 7.	<a href="http://www.montevideo.gub.uy/sites/default/files/biblioteca/3erplandeigualdaddegenerocompromisos2016-2020.pdf">http://www.montevideo.gub.uy/sites/default/files/biblioteca/3erplandeigualdaddegenerocompromisos2016-2020.pdf</a>

<b>Institucional</b>	<b>Contenido</b>	<b>Link</b>
Campaña MontevideoXigual 2017, Noviembre Mes de Lucha contra la Violencia hacia la Mujer	Materiales ilustrativos de la campaña de Noviembre 2017, por el Mes de Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres	Se entregará a quienes participen en la reunión mandatoria
Institucional: íconos redes sociales, ilustración, manual identidad IM, manual marca IM 2016, MVD Género, Pictogramas Regular, Ciudadela PRO OTF, logo ONU Mujeres	Materiales mandatorios institucionales	Se entregará a quienes participen en la reunión mandatoria
Antecedente de Campaña de Acoso Callejero en Mdeo año 2018, realizada por la Sociedad Civil - Colectivo Catalejo	Materiales de Campaña	<a href="http://www.libredeacoso.uy">www.libredeacoso.uy</a>

**Gracias**  

---