

FICHA DE INFORMACIÓN BÁSICA FESTIVAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE GÉNERO

Se sugiere completar esta ficha con las personas o instituciones que han participado activamente de la experiencia. Amplíe las celdas para escribir la información todo lo que precise.

Nombre o título de la experiencia:

Campanas de Generación de Opinión Pública sobre el respeto a los Derechos Humanos de las Mujeres de Medellín, Colombia.

Entidad responsable (indique nombre de la institución, nombre de la persona responsable y datos de contacto, incluyendo teléfono y correo electrónico):

Nombre entidad	Alcaldía de Medellín
Persona responsable	Flor María Díaz Chalarca, Subsecretaria de Metromujer-Lucrecia Ramírez Restrepo, primera Mujer del Municipio de Medellín.
Teléfono (con código de área)	
Correo electrónico	flor.diaz@medellin.gov.co lucrecia.ramirez@medellin.gov.co

1. Contexto

País:

Colombia

Municipio o localidad:

Medellín

Descripción de las relaciones de género en la zona (esto puede incluir: información desagregada de la situación de mujeres y hombres, análisis de brechas de género, diagnóstico de género, análisis institucional de género...)

Medellín no es ajena a la cultura que promueve y preserva relaciones inequitativas entre hombres y mujeres. Los patrones culturales sexistas son causantes en el mundo entero de los obstáculos que aun en la actualidad limitan total o parcialmente el acceso de las mujeres a recursos y oportunidades de desarrollo, visibles sin recato en ámbitos clave de la vida pública y privada de las mujeres. Los síntomas más visibles de la subordinación de género se evidencian en situaciones alarmantes de maltrato y violencia doméstica contra las mujeres, violencia sexual, pobreza, bajo acceso a posiciones de alto nivel, baja participación en instancias políticas decisivas, problemas de salud mental y salud reproductiva, entre otros aspectos. Estadísticas recientes ratifican la existencia de las problemáticas señaladas en Medellín:

- El Instituto Nacional de Medicina legal y ciencias forenses evaluó durante el año 2006, 1898 casos de maltrato conyugal, de los cuales el 91% fueron contra mujeres. En cuanto a la violencia sexual, el Instituto evaluó 1042 casos de delitos contra la libertad, la integridad y la formación sexuales, de los cuales 882 fueron contra mujeres.
- Durante el año 2005 de las personas que percibían ingresos superiores a \$2.400.000, sólo un 27% eran mujeres¹. Teniendo en cuenta que estos ingresos corresponden a rangos de dirección o decisión, esto indicaría que hay una menor participación de las mujeres en dichos rangos.
- En todos los niveles de formación básica, universitaria y de postgrado es superior la participación femenina en comparación con la de los varones². No obstante, esto no se traduce en más y mejores empleos para ellas: las mujeres de Medellín reciben en promedio un 85% de lo que reciben los hombres³ aunque realicen el mismo trabajo y ocupen los mismos cargos, es decir que mientras que un hombre recibe \$550.033 por realizar una labor, una mujer recibe \$467.533 por la misma labor.
- Las Juntas de Acción Comunal de Medellín y los cinco Corregimientos están integradas en un 72.3% por hombres. En las Juntas Administradoras Locales la participación femenina es de un 32.7%⁴.

Contribuir a la superación de estas problemáticas y otras no mencionadas no es una labor exclusiva ni posible para ninguna fuerza o actor aislado. No obstante, en su carácter de representante de los intereses de la ciudadanía, competente en todo lo que atañe a la formulación e implementación de políticas públicas, el Estado local ocupa un lugar protagónico y desempeña un rol básico en lo que se refiere al control de la inequidad de género y a la potenciación del desarrollo de las mujeres. A nivel institucional, Medellín cuenta desde el año 2002, con una dependencia responsable del

¹ Encuesta de Calidad de Vida 2005. Departamento Administrativo de Planeación, Alcaldía de Medellín.

² Fuente: Encuesta de Calidad de Vida 2005. Departamento Administrativo de Planeación, Alcaldía de Medellín.

³ Personería de Medellín. Informe anual de la situación de derechos humanos 2005. Pág. 9.

⁴ Fuente: Secretaría de Desarrollo Social y Registraduría Municipal.

diseño e implementación de políticas, programas y proyecto para el mejoramiento de la condición y posición de las mujeres.

Adicionalmente, durante la Administración Municipal correspondiente al periodo 2004- 2007, se han impulsado desde el Despacho de la Primera Mujer una serie de proyectos orientados a potenciar las capacidades, habilidades y destrezas de las mujeres, así como su bienestar integral y el posicionamiento en la ciudad de temas de importancia para el desarrollo de las mujeres de Medellín.

A partir de la fecha -8 de marzo de 2007-, esta instancia municipal cuenta con un mayor estatus, recursos financieros y autonomía, ya que ha sido creada la Secretaría de las Mujeres⁵, entidad de alto rango de alto nivel, que nos permitirá no sólo mejorar el tipo y cantidad de acciones para el adelanto de la mujer, sino que también dará la posibilidad de implementar una serie de acciones y estrategias de transversalización del enfoque de género en Secretarías clave para el desarrollo de las mujeres urbanas y rurales y Medellín, que redunden en su beneficio y acceso equitativo a recursos y oportunidades. Esto significa incidir en procesos como los siguientes: participación en el diseño de proyectos y de indicadores de logro sensibles al género, asesoría técnica a responsables del diseño de proyectos, de términos de referencia y del seguimiento a la implementación de los proyectos de cada Secretaría, gestión y concertación con personal directivo de las mismas y representación de la Secretaría de las Mujeres en espacios interinstitucionales e intersectoriales pertinentes.

Dichas acciones de transversalización del enfoque de género se impulsarían en proyectos estratégicos de Secretarías municipales clave para el desarrollo de las mujeres de Medellín –Planeación, Educación, Salud, Desarrollo Social, Bienestar Social, Gobierno y Servicios Administrativos-.

2. Información general sobre la experiencia

Sectores o temas abordados en la experiencia:

- Derechos humanos de las mujeres, con énfasis en el derecho a una vida libre de violencia
- Promoción y reconocimiento de los talentos de las mujeres.

Ámbito nacional o local:

Medellín, Colombia

⁵ En el nivel Municipal las/os Secretarios de Despacho son el gabinete de Gobierno local.

Fecha de inicio y fecha final de la experiencia:

Noviembre de 2004- Noviembre de 2007

¿Está actualmente vigente?

Si

¿Quiénes son los actores involucrados directamente en el desarrollo de la experiencia? Por favor, indicar datos de contacto de estos actores.

Despacho de la Primera Mujer-
Subsecretaría de Metromujer- Secretaría de Cultura Ciudadana

¿Quiénes son los y las beneficiarios/as de la experiencia?

- Población femenina de la ciudad
- Comunidad en general del Municipio de Medellín

Datos de la organización que está apoyando o financiando la iniciativa

Alcaldía de Medellín

3. Información específica sobre la experiencia

Descripción del desarrollo de la experiencia

¿Por qué Campañas de promoción de los Derechos humanos de las mujeres?

Si bien es cierto que implícitamente los derechos de las mujeres a la igualdad y a la no discriminación se reconocen en el derecho internacional de los derechos humanos, algunos de ellos, en particular los relacionados con la sexualidad, la reproducción y la protección de la maternidad, no se contemplan en dicho marco. Los “derechos de las mujeres”, son reivindicaciones en campos específicos en los cuales el hecho de ser mujer ha impedido o limitado la realización de esos derechos universales, en los campos de la salud, la educación, el trabajo, la participación política, la cultura, entre otros.

En reconocimiento a estos derechos, la Administración Municipal ha diseñado una serie de proyectos orientados a mejorar la condición y la posición de la mujer. Una de

las estrategias seleccionadas para la difusión amplia de los derechos humanos de las mujeres en la ciudad, son las Campañas Comunicativas, cuyo fin es informar, sensibilizar, y promover la realización de estos derechos.

El desarrollo de estas campañas obedece a la importancia de implementar estrategias comunicacionales alternativas, de mayor alcance y más incluyentes, que promuevan la equidad, den a conocer las situaciones que vulneran los derechos de las mujeres en los ámbitos público y privado, y generen opinión pública sobre los problemas que más afectan a las mujeres de la ciudad, tales como la violencia y la pobreza.

A través de la Campaña de promoción de los Derechos Humanos de las mujeres, impulsada desde el Despacho de la Primera Mujer del Municipio de Medellín, se están promoviendo relaciones más equitativas entre hombres y mujeres, y ambientes cotidianos donde se respete el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia. La campaña busca a su vez generar opinión pública favorable frente a la igualdad de hombres y mujeres en el acceso a oportunidades educativas, laborales, recreativas, de participación política, de acceso a la salud, entre otros bienes que reflejan los avances de una sociedad con relación al desarrollo con equidad y posicionar en la agenda pública la preocupación y el abordaje de temas clave para el desarrollo integral de la población femenina de Medellín.

Finalmente, es necesario destacar la importancia de que una Campaña como la de Promoción de los derechos de las mujeres, se impulse desde el Gobierno local. Con ello se refuerza la idea de que es el Estado el que debe garantizar la promoción y protección de los derechos humanos. Se cumple así mismo con la implementación de recomendaciones emanadas de las Conferencias Internacionales sobre la Mujer.

Descripción

Las campañas efectuadas a la fecha son de carácter multimedial: Combinan el diseño, elaboración y ubicación de vallas publicitarias en puntos estratégicos de la ciudad, con la publicación de material gráfico – stickers- , la emisión de mensajes educativos en radio y televisión y el lanzamiento de la campaña en ruedas de prensa a las cuales se convoca a periodistas sensibles a los temas elegidos. De este modo se promueve un cambio positivo en las mentalidades, prácticas y comportamientos de las/os ciudadanos con relación a los derechos de las mujeres.

Cada año la estrategia comunicacional se desarrolla en dos momentos: 1. Con ocasión del 8 de Marzo, Día Internacional por los Derechos de las mujeres, y 2. En el marco de la conmemoración del 25 de noviembre, Día de No a la violencia contra las mujeres.

En cuanto a la Campaña del 8 de marzo, liderada por el Despacho de la Primera Mujer y la Subsecretaría de Metromujer, se destaca su importancia en un momento de grandes cambios a favor de las mujeres, a pesar de los cuales todavía es necesario llamar la atención sobre las vulneraciones de sus derechos que a diario se cometen

especialmente en el ámbito privado.

Algunos de los ejes temáticos de las campañas han sido el Derecho al voto, derecho a la palabra o respeto por las ideas de las mujeres, derecho a la anticoncepción, derecho a la flexibilización de la jornada laboral, derecho a la diversión, derecho a la seguridad, derecho al placer sexual, derecho a ocupar cargos directivos, derecho a que los hombres se ocupen también de las labores domésticas, entre otros.

Duración de la campaña: 2 meses. Con rotación mensual de los fototelones.

Número de vallas: 15 ubicadas en diferentes lugares de la ciudad

Tipo de contenidos: Sencillos y de fácil comprensión.

Ubicación: De alta circulación – Metro, avenidas, vías principales de la ciudad.

¿Cuáles son las principales fortalezas que señalaría de esta experiencia?

- Cuentan con el apoyo de todas las dependencias de la Administración Municipal involucradas en su implementación: Dirección de Comunicaciones, Secretaría Privada del Alcalde, Secretaría General, entre otras.
- Están dirigidas a toda la población en general. Los medios de difusión contemplados en la Campaña garantizan que el mensaje le llega a toda la población residente en el Municipio de Medellín, incluida la del área metropolitana.
- Contienen mensajes de fácil comprensión
- Las vallas están ubicadas en sitios estratégicos de la ciudad.
- Los mensajes y la Campañas en general, tienen un enfoque claramente feminista, en tanto dan cuenta de un compromiso emancipatorio con los derechos humanos de las mujeres.
- Es una Campaña que cuestiona los cimientos culturales de la violencia contra las mujeres.

¿Cuáles son las principales debilidades que señalaría de esta experiencia?

- Los recursos económicos con los que cuenta la Campaña son limitados si se tiene cuenta su intención de difundir sus mensaje en otros medios tales como: radio, tv y prensa, y en medios alternativos y comunitarios.
- Si bien la experiencia es sostenible a nivel social y cultural, por cuanto las organizaciones sociales y de base se han apropiado de sus contenidos y estrategias, no está garantizado que la Campaña se continúe implementando en otras Administraciones Municipales.
- Limitada capacidad institucional de atender la demanda de atención y prevención de problemáticas que afectan el desarrollo de las mujeres, que una Campaña como esta

genera en la población.

¿Cuáles son los principales factores de éxito que señalaría de esta experiencia?

- En el año 2006 se contrató la realización de una encuesta de opinión sobre todas las campañas Comunicacionales que la Alcaldía de Medellín había realizado durante el periodo de la actual Administración Municipal. La encuesta reveló que de todas las campañas comunicativas efectuadas en la ciudad, las de promoción de los Derechos Humanos de las mujeres eran las que había tenido más aceptación, y generado mayor recordación y comprensión del mensaje.
- Las usuarias y destinatarias de los programas para el adelanto de las mujeres del Municipio de Medellín, demandan permanentemente los adhesivos con los mensajes de las campañas. Los servidores y servidoras públicas también demandan permanentemente este material impreso.
- La experiencia de implementación de una campaña de este tipo ha deslindado las fronteras muy cerradas entre el Movimiento de mujeres y las mujeres de la ciudad que no hacen parte de ningún grupo feminista, quienes han sentido que sus derechos, intereses, anhelos y necesidades han sido ampliamente visibilizados a través de esta Campaña.

4. Compartiendo su aprendizaje

¿Cuáles son los aprendizajes principales que destacaría de esta experiencia y que considera que pueden ser útiles para otras iniciativas?

- Las Campañas de Generación de opinión pública sobre temas de interés para las mujeres, son una estrategia eficaz para crear una coyuntura adecuada para el impulso de la equidad de género en la ciudad.
- Los medios de difusión de los mensajes fueron aptos para propiciar la reflexión sobre temas críticos para el desarrollo de las mujeres, y para generar opinión pública favorable al respeto por los derechos de esta población. Estos medios fueron principalmente material impreso –adhesivos-, y vallas de la ciudad que se ubicaron en sitios estratégicos de la ciudad: principales calles y avenidas cercanas a Universidades, empresas importantes, sitios de recreación, autopistas, teatros, centros recreativos, en fin, lugares de fácil accesibilidad para todas las ciudadanas y ciudadanos de Medellín.
- Es importante difundir los mensajes en otros medios de comunicación tales como televisión, radio y prensa, con el fin de generar mayor recordación entre la población en general.
- Con el fin de generar un mayor impacto de la Campaña, debe combinarse la difusión de los mensajes en medios de comunicación, con otras estrategias a través de las cuales se analice y se discuta el contenido de los mensajes: foros virtuales, talleres, seminarios, eventos de ciudad, entre otros.
- Es importante, en la medida de lo posible, atender la demanda de atención que puede generarse como resultado del aumento de la conciencia de las mujeres sobre su

derecho a una vida libre de violencia, atribuible en gran parte, a los resultados de la Campaña. En este caso, sería importante, a la par que se implementa una Campaña de este tipo, destinar los recursos humanos, técnicos y financieros para atender de manera satisfactoria, y en el nivel de protección, reparación y judicialización, los casos de violencia contra las mujeres que se presenten.

En su opinión, ¿por qué esta experiencia es una buena práctica de género?

Las Campañas de Generación de Opinión Pública sobre el respeto a los Derechos Humanos de las Mujeres de Medellín, se consideran una Buena Práctica de Género – BPG- en primer lugar, porque la población meta de la instancia municipal para el adelanto de las mujeres, la considera exitosa, en tanto ha generado reflexión, debate y aumento del grado de conciencia de las mujeres sobre su derecho a una vida libre de violencia.

En segundo lugar, se considera una BPG por su pertinencia. Es una estrategia que responde a la necesidad de hacer visible la gravedad de la violencia contra las mujeres, de promover su denuncia en entidades competentes, y de generar conciencia sobre sus costos humanos y económicos. También se considera pertinente porque pone en la palestra pública un asunto que por su magnitud, costos y frecuencia es considerado un creciente problema de salud pública.

En tercer lugar, es una práctica que desde todo punto de vista promueve los derechos humanos de las mujeres y moviliza el compromiso de los ciudadanos y ciudadanas por el respeto a éstos.

En cuarto lugar, esta experiencia se concibe como integral porque cuestiona los discursos, las prácticas, las leyes y las ideologías que perpetúan la violencia contra las mujeres y que en general vulneran de facto los derechos humanos de las mujeres.

Finalmente, las Campañas de Generación de Opinión Pública sobre el respeto a los Derechos Humanos de las Mujeres de Medellín, se considera una BPG porque es una experiencia innovadora: nunca antes en la ciudad se había implementado una estrategia comunicacional que de manera directa promoviera el respeto por los derechos humanos de las mujeres. También se considera novedosa a nivel nacional, porque a pesar de que otras ciudades Colombianas tienen importantes estrategias de promoción de la equidad de género, no han implementado hasta la fecha ninguna Campaña de generación de opinión pública como la de la Alcaldía de Medellín. En este sentido, esta experiencia es transferible en otros contextos.

¿Cree que esta experiencia se puede transferir a otros territorios? Explique cómo otras comunidades podrían beneficiarse de esta iniciativa.

Si. Otras ciudades o localidades podrían retomar los principales aprendizajes de esta experiencia y diseñar e implementar una campaña comunicacional con mensajes claros, sencillos y de fácil recordación por parte de la población en general. Los mensajes deben ser directos, su contenido debe tener un claro enfoque de género y el diseño publicitario estético y atractivo.

También consideramos que esta experiencia es replicable en otras localidades porque tiene claramente definido su objetivo, estrategia y población meta a la que se desea llegar.

Si poseen documentación de respaldo de la iniciativa: sistematización, informes, publicaciones, etc.; envíenla junto con esta ficha completada.

Contactar a:

bazar@americaingenera.org

indicando: Festival de Buenas Prácticas

Más información sobre el proyecto América Latina Genera: www.americaingenera.org

Anexos

Diseño de las Campañas.

1. 8 de Marzo- Día Internacional por los Derechos Humanos de las Mujeres.



niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.
na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

SE BUSCA
un mundo donde las
mujeres no tengan fecha
de vencimiento

Amo
Rústic
Turco.
Parejas
537-16-
311-726
Rioneg
Aeropu

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN | ADELANTE Y SIN REVERSA

niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.
na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

SE BUSCAN
empresas con guarderías y horarios
flexibles para que papás y mamás
cuiden bien a sus familias

Amo
Rústic
Turco.
Parejas
537-16-
311-726
Rioneg
Aeropu

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN | ADELANTE Y SIN REVERSA

niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.
na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

SE BUSCA
una ciudad donde las mujeres
puedan caminar y vivir
tranquilas de día y de noche

Amo
Rústic
Turco.
Pareja
537-16
311-7
Rione
Aerop

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN | ADELANTE Y SIN REVERSA

niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.
na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

SE BUSCAN
esposos, hermanos e hijos
que sepan barrer,
lavar, planchar y... amar.

Amo
Rústic
Turco.
Parejas
537-16-
311-726
Rioneg
Aeropu

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN | ADELANTE Y SIN REVERSA

niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.

na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

Amo
Rústic
Turco
Parejas
537-16
311-726
Rioneg
Aeropu

SE BUSCAN
hombres que disfruten
cambiando pañales
y preparando teteros

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN ADELANTE Y SIN REVERSA

Abandonados sus
los cambiamos o reparamos.

z.
7.
e
La
o,
on,
49.

cu
\$3
tele
Co
Ap
Ca

GRAN OPORTUNIDAD:
empresa multinacional
requiere gerenta general,
científica, bombera y aviadora

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN ADELANTE Y SIN REVERSA

niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.

na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

Amo
Rústic
Turco
Parejas
537-16
311-726
Rioneg
Aeropu

SE BUSCA
un espacio donde la palabra
DE LAS MUJERES
también cuenta

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN ADELANTE Y SIN REVERSA

niños, zonas verdes
kiosco. (312) 258 4587.

na
bas,
luz,
587.
ible
o, La
ado,
cón,
549.

Amo
Rústic
Turco
Parejas
537-16
311-726
Rioneg
Aeropu

SE BUSCA
un lugar donde las mujeres
puedan envejecer
tranquilas y felices

Confortable Apartaestudio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía
www.medellin.gov.co

MEDELLIN ADELANTE Y SIN REVERSA





2. Campañas de Conmemoración del 25 de Noviembre Día Internacional de la No Violencia contra las Mujeres

2.1. Campaña: “Las Mujeres rompemos el Silencio”



Cuando una mujer dice **NO**,
es **iNO!**

Frente a la violencia, las mujeres rompemos el silencio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía

Violencia...

Ni en la **calle**, ni en la **casa**,
ni en la **cama**

Las mujeres rompemos el silencio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía

**Me dices vieja, gorda y fea...
Y tú, ¿ya te viste en el espejo?**

Frente a la violencia, las mujeres rompemos el silencio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía

**Porque te quiero
¿te aporrio?**

Frente a la violencia, las mujeres rompemos el silencio



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía

2.2. Campaña: “¿Y hasta cuándo lo vamos a tolerar?”

2014-16

Cada quince segundos una mujer es maltratada.

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Medellín, la más EDUCADA

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

2014-16

Cada 6 días, en Colombia muere una mujer a manos de su pareja.

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Medellín, la más EDUCADA

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

2014-16

Él cree que por ser mujer soy su esclava.

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Medellín, la más EDUCADA

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

2014-16

Por ser mujer me pagan menos y me exigen más.

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Medellín, la más EDUCADA

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

Medellín. **la más EDUCADA**

Mi tío dice que como me quiere mucho **tiene derecho a tocarme y acariciarme.**

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

Medellín. **la más EDUCADA**

Te grita, te maltrata y está que te mata.

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

Medellín. **la más EDUCADA**

Como estaba embarazada **me despidieron del trabajo.**

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

Medellín. **la más EDUCADA**

Por miedo a estar sola y sin dinero **dejo que me siga humillando y maltratando.**

¿Hasta cuándo lo vamos a tolerar?

Alcaldía de Medellín

MEDELLÍN ADELANTE Y SIN REVERSA

3. Campañas de Promoción de los talentos de los talentos de las mujeres:



Las mujeres tenemos talento para

**Gobernar &
dirigir**



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía

Las mujeres tenemos talento para

**Respetar a la
madre tierra**



Alcaldía de Medellín
Compromiso de toda la ciudadanía