

# El secreto de las mujeres

## no puede ser la violencia de género

“La violencia de género no puede ser un secreto” es el lema de la campaña que lanzaron women’secret y Amnistía Internacional hace unos meses para darle voz a las mujeres que no pueden o no se atreven a pedir ayuda a la sociedad. A través de una mini colección de ropa, la firma se ha comprometido a donar a la ONG 40.000 euros destinados a proyectos que luchan contra esta lacra alrededor del mundo.



**Concha Martínez,**  
responsable del Departamento  
de Recursos de  
Amnistía Internacional

**Ana Fombella,**  
responsable de RSC de Grupo Cortefiel

**Anna Aubert,**  
directora de Marketing de  
women’secret

Según informa Amnistía Internacional, una de cada tres mujeres en el mundo es golpeada, obligada a mantener relaciones sexuales o sometida a otros abusos a lo largo de su vida. Asimismo, no existe ningún Estado en el que no haya manifestaciones de esta clase de violencia, "siendo la violación de derechos humanos más universal y, muchas veces, oculta e impune".

Dar visibilidad a esta lacra y denunciar la violencia hacia la mujer en todas sus manifestaciones es el objetivo por el cual Amnistía Internacional y la firma del Grupo Cortefiel, women'secret, se aliaron para lanzar "La violencia de género no puede ser un secreto".

**Anna Aubert**, directora de Marketing de **women'secret**, asegura que la marca siempre ha tenido muy en cuenta su responsabilidad con el entorno que le rodea. "Es una firma creada por y para la mujer; interesada en la moda pero también en las causas sociales y en la solidaridad", puntualiza. Tras el lanzamiento de Portugal, la campaña desembarcó en España a principios de marzo para llenar los escaparates de moda y conciencia social.

**Concha Martínez**, responsable del Departamento de Recursos de **Amnistía Internacional**, destaca el éxito y la buena acogida que tuvo el proyecto tras su presentación. "Lo lanzamos en las redes sociales y estábamos algo expectantes ya que Amnistía Internacional no suele relacionarse

## La violencia de género en cifras

Según Amnistía Internacional, en muchos países ni siquiera existen datos oficiales fiables sobre la violencia contra las mujeres y las niñas, a pesar de que la OMS alerta de que cada año unas 5.000 mujeres son asesinadas por miembros de su familia "en defensa de su honor" en todo el mundo. Asimismo, una de cada cinco asegura haber sufrido abusos sexuales en su infancia.

Por ello, la Asamblea General de Naciones Unidas manifestó en 2010 la necesidad de formular y aplicar leyes, políticas, estrategias y medidas de prevención sólidas para lograr con-

tar con datos fiables, como primer paso para luchar contra esta violencia.

Algunas de las metas alcanzadas en los últimos años son la firma del Convenio del Consejo de Europa sobre la lucha contra la Trata de Seres Humanos por parte del Gobierno británico, la obligación de ofrecer refugio a las mujeres maltratadas en Suecia y las nuevas leyes de delitos sexuales en Kenia y Argentina. Además, Amnistía destaca los avances que se han producido en Estados Unidos en relación a la protección de las mujeres indígenas y las mujeres violadas.

demasiado con las empresas. Esta campaña era muy visible y atrevida, pero la respuesta fue espectacular", explica. Concha Martínez asegura que a pesar de que a nivel interno había algunos sectores más reacios a una relación tan estrecha con una compañía como la que se planteaba, la mayoría de los miembros de Amnistía Internacional estaban encantados con la iniciativa.

La responsable de RSC del **Grupo Cortefiel**, **Ana Fombella**, destaca que los comentarios reci-

bidos a raíz de la campaña han sido muy positivos, "no sólo por el mensaje, que es ciertamente conflictivo, sino también por el partner con el que se ha contado". "En el Grupo Cortefiel trabajamos habitualmente en este tipo de proyectos, pero de este en concreto hago una lectura muy positiva. Amnistía Internacional es una organización de mucha referencia y con una gran repercusión, y eso nos ha garantizado seriedad en el trabajo realizado", señala.



### Una colección solidaria con mensajes positivos

La mini colección, compuesta por tres camisetas y tres shorts con mensajes positivos en contra de la violencia de género, ha estado disponible en todas las tiendas de la marca, más de 230 a nivel nacional.

women'secret se comprometió a donar a Amnistía Internacional España la cantidad de 40.000 euros que serán destinados a proyectos de lucha contra la violencia de género en sus diferentes formas alrededor del mundo.

La firma no sólo ofreció sus escaparates, en los que las maniqués aparecían con las prendas de la campaña y con la imagen de Amnistía Internacional, sino que además tachó metafóricamente la palabra "secret" del logo

para transmitir a sus clientes

que el secreto de las mujeres no puede ser la violencia de género.

Ana Fombella destaca el hecho de que quien compra una prenda de la colección colabora indirectamente con la causa:

"Nosotros acordamos una cantidad fija al principio de la campaña, independientemente de lo que se vendiera, porque no se trata de vender camisetas sino de transmitir un mensaje".

"Sabemos quién es la mujer que nos compra y conocemos sus intereses, por eso somos conscientes de que aprecian mucho que su marca vaya más allá de vender camisetas", afirma Anna Aubert.

La RSE del Grupo Cortefiel cuenta con muchas actuaciones de carácter corporativo, sin embargo, las que realizan las propias marcas son las que mejor llegan a los consumidores. "La visibilidad que nos da women'secret con sus 300 escaparates en toda España y sus millones de clientes hace que este tipo de campañas sean muy importantes, porque el mensa-

je que intentamos transmitir a través de ellas cala de una manera mucho más intensa", señala Ana Fombella.

### Los obstáculos en el camino hacia la denuncia

España es de los pocos países en el mundo que publica estadísticas mensuales y anuales sobre el número de mujeres muertas a manos de sus parejas o exparejas. Durante el pasado año, fueron 73 las que murieron al ser víctimas de la violencia de género, según el Observatorio Estatal de

Violencia sobre la Mujer. Además, se debe garantizar el acceso a una reparación integral para las víctimas de esta causa y/o sus familiares.

Según Amnistía Internacional, la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género supuso un notable avance en la defensa de las mujeres y las niñas. Sin embargo, no contiene ninguna medida prevista para garantizar la reparación de la manera más amplia posible, incluyendo no solo indemnización económica, sino también restitución, rehabilitación, satisfacción y garantías de no repetición.

A pesar de los avances, Concha Martínez considera que uno de los grandes problemas de la violencia de género es la ausencia de cifras, aun-

**Cada año 5.000 mujeres son asesinadas por miembros de su familia en "defensa de su honor" en todo el mundo**

que España sea a día de hoy un ejemplo a seguir. "Si no se saca a la luz y se aplican las medidas gubernamentales oportunas, el problema sigue sin resolverse", asegura.

Las noticias sobre violencia de género han cobrado un protagonismo cada vez más destacado en los medios de comunicación. Las televisiones, periódicos y radios abren sus boletines de este modo en muchas ocasiones. Es la manera en que el periodismo se ha puesto al servicio de esta causa como altavoz de denuncia y de concienciación social. "Los medios de comunicación españoles sellaron el compromiso de publicar cada una de las muertes, algo que en otros países ni siquiera es noticia", afirma. Sin embargo, -tal como explica- "esta situación puede conllevar el peligro de la impasibilidad del ciudadano, que empieza a concebir este tipo de informaciones como parte de la rutina de los telediarios".

El otro gran enemigo es el tiempo, el que transcurre entre la proposición de cambio de ley o medida y la aplicación de la misma. "No es algo de un día para otro, las variaciones legislativas y sociales llevan mucho tiempo. Por ello, buscamos formas imaginativas de llegar a la sociedad y la oportunidad que nos brindó el proyecto conjunto con women'secret nos ha permitido disponer de una plataforma para seguir diciendo que la violencia de género no puede ser un secreto y que las listas de mujeres asesinadas en España no pueden continuar creciendo", concluye ■

