

#15J2024 | Brasil: Campaña «Junio Violeta – Respeto por todas las etapas de la vida»



Una de las piezas de difusión de la campaña que busca «combatir la discriminación por edad»

El Gobierno Federal de Brasil lanzó la campaña de concientización sobre la discriminación por edad “Junio Violeta”, en el marco del 15 de Junio, Día Mundial de Toma de Conciencia sobre el Abuso y Maltrato en la Vejez. El lema de este año es: «El respeto no tiene fecha de caducidad» y su principal propósito es el de «concienciar a la sociedad sobre la necesidad de garantizar los derechos, la dignidad y el respeto a las personas mayores».

El Ministerio de Derechos Humanos y Ciudadanía (MDHC), a través de su Secretaría Nacional de los Derechos de las Personas Mayores (SNDPI), lanzó el jueves 6 de junio la campaña *Junho Violeta* («Junio Violeta»), en alianza con la Asesoría Especial para la Comunicación Social de dicha cartera (ASCOM/MDHC), con el objetivo de «alertar y sensibilizar a la sociedad brasileña sobre todas las formas de violencia contra las personas mayores».

La propuesta tomó la efeméride internacional para enfocar un mes (el mes de Junio) con acciones para «concienciar a la sociedad sobre los prejuicios y la violencia cometida contra las personas

mayores». El lema y concepto principal de la campaña este año fue *Respeito a todas fases da vida* (“Respeto a todas las etapas de la vida”), con la intención de destacar «la importancia de garantizar la dignidad y los derechos de esta población».

A propósito de este lanzamiento, el secretario nacional de los Derechos de las Personas Mayores, Alexandre da Silva, alertó sobre las perspectivas de envejecimiento de la población brasileña: “En Brasil tenemos actualmente 32 millones de personas mayores, un número que viene creciendo y la tendencia es que crecerá más en unas pocas décadas. Nuestra sociedad necesita entender que ya no es tan joven como parece y que la longevidad es el éxito de las buenas prácticas y de las políticas públicas”, afirmó. “Envejecer no es un demérito, ya que se trata de una fase tan común como cualquier otra. Esta podría ser una posibilidad para crear oportunidades para construir nuevos propósitos”, agregó.

Las acciones de comunicación en el marco de la campaña abordaron los diferentes tipos de violencia que sufren las mujeres (el público más afectado por el edadismo) y los varones en relación con la edad, como la sobrecarga acumulada y la pérdida de poder. El Informe mundial sobre la discriminación por edad señala que las mujeres soportan la mayor carga en cuanto a múltiples formas de discriminación, tales como la presión estética, que es diferente a la de los varones y tiene una carga social para disfrazar los signos del envejecimiento.

La campaña contó con piezas de comunicación digitales para las redes sociales del Ministerio, cuñas radiales y reportajes especiales durante todo el mes de junio. El día «D» de la campaña, fue el propio 15 de Junio, donde se publicó un spot audiovisual con el mensaje principal de la iniciativa. Asimismo, dicha acción cuenta con una página propia donde se puede consultar y descargar materiales comunicacionales, así como realizar la gestión de algunos servicios vinculados, como por ejemplo denunciar violaciones de derechos humanos.

Fuente; [@mdhcbrasil](#)

De esta manera, además de las agendas compartidas, el MDHC y su ente rector en materia de personas mayores en el país abordaron desde la campaña la «alerta sobre cuestiones que afectan más específicamente al público femenino que se sintetizan en este caso en la sobrecarga acumulada y la presión estética.

Citado por la SNDPI, el médico, escritor, profesor universitario y especialista en envejecimiento activo, Egídio Dórea, destaca «la importancia de afrontar la discriminación por edad para combatir la violencia contra las personas mayores». Para el experto, los conceptos están directamente relacionados: «la discriminación por edad es el mayor legitimador de la violencia. Cuando pensamos en combatir la violencia contra las personas mayores, tenemos que concienciar y combatir el edadismo que existe en nosotros[as], en la sociedad, en el conjunto de las instituciones y en nuestra cultura, que es una cultura patriarcal y edadista».

Respecto al «público femenino», Dórea explica que «la sobrecarga acumulada, especialmente por parte de las mujeres, comienza desde el inicio de la vida» y en este sentido advierte que a las mujeres se les enseña y anima desde pequeñas a ser cuidadoras. “Cuando una mujer recibe su primera muñeca el acto que da es de cuidar, desde muy pequeña ya está capacitada para hacer esto, está ‘domesticada’ para cuidar, y esto sucede durante toda su vida. Como dije, vivimos en una sociedad patriarcal, donde los hombres tienen una serie de privilegios sociales y laborales”, observa el académico referenciado en una [nota previa al 15J, que publica la Secretaría nacional en su web oficial](#) en el marco de «Junio Violeta».



Otra de las piezas digitales de la campaña, en este caso vinculada al eje de género La campaña impulsada por el MDHC ha sido un instrumento también para seguir difundiendo los datos aportados por el **Observatorio Nacional de Derechos Humanos (ObservaDH)**, que muestran que entre 2018 y 2022 se reportaron 121 mil situaciones de violencia cometidas contra personas mayores. En tal sentido, según la **Procuraduría Nacional de los Derechos Humanos (ONDH)**, los estados con mayor número de denuncias registradas por «Disque 100» (línea oficial de denuncia telefónica sobre derechos humanos), en 2023, fueron São Paulo, Río de Janeiro, Minas Gerais, Río Grande do Sul y Bahía que, en conjunto, corresponden al 61,6% del total del país.

Las estadísticas revelan un perfil preocupante de víctimas y perpetradores. La mayoría de las víctimas de violencia contra las personas mayores son mujeres (58,6%), siendo los hijos e hijas los principales agresores (29,5%), el lugar más común de las agresiones es el propio domicilio de la víctima (71,5%), y la mayoría de los casos son recurrentes (35,8%). «En términos étnicos, casi la mitad de las víctimas son personas negras y pardas (47,8%)».

Por lo tanto, esta iniciativa también ha ofrecido la posibilidad de informarse y conocer para poder identificar los diferentes tipos de vulneraciones que afectan a este grupo poblacional. De esta manera, «Junio Violeta» colabora con la posibilidad de aclarar y orientar a la sociedad sobre la importancia de garantizar derechos y dignidad a las personas mayores, a partir del conocimiento de registros oficiales e indicadores basados en evidencia científica.



Otra de las piezas digitales de la campaña, promocionando la línea «Disque 100»
La activación del MDHC con la campaña se produjo durante todo el mes de junio y tuvo el propósito de concienciar a la sociedad «sobre la lucha contra la violencia contra las personas mayores». Además de las acciones repasadas en esta nota, se han difundido decenas de contenidos en las [redes sociales oficiales del Ministerio](#) que le dan sustento a la propuesta de sensibilización y concientización a la que se ha apuntado con la campaña.