



BRIEFING PARA LA ELABORACIÓN DE LA CREATIVIDAD, DISEÑO, REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO ENTRE LA POBLACIÓN ADOLESCENTE 2018

1. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL

España ha llevado a cabo en las últimas décadas un considerable avance en el trabajo para la visibilización, concienciación y erradicación de la violencia de género, que se refleja en el aumento del rechazo social existente hoy hacia dicho problema.

En los últimos años, se ha trabajado en crear campañas de sensibilización que cumplan con la función de prevenir y sensibilizar a toda la sociedad y de trasladar un mensaje de ayuda y esperanza a todas aquellas mujeres que sufren maltrato. Así quedó patente en el año 2012, donde el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad difundió la campaña de sensibilización y prevención en materia de violencia de género "**Hay salida**", que tiene por objeto transmitir el mensaje de que se puede salir de la situación de violencia de género y de implicar a toda la sociedad para hacer del final de la violencia de género un objetivo común y así conseguir "romper el silencio" que rodea a este tipo de violencia.

Las piezas que componen esta campaña se pueden ver en la web del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad:

<http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas12/haySalida.htm> (año 2012) y
<http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas13/haySalida.htm> (año 2013).

La buena aceptación del lema y de la imagen de la campaña "Hay salida", puesta de manifiesto desde diversos sectores y el objetivo de perseverar en el mensaje de esperanza a las mujeres que sufren violencia de género y de rechazo al maltratador,

hace que se considere oportuno continuar el hilo conductor iniciado y que las nuevas piezas que se elaboren incorporen el mensaje "Hay salida a la violencia de género".

En 2014 y 2015, el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad se lanzaron dos campañas de sensibilización dirigidas a la población adolescente considerada especialmente vulnerable a sufrir violencia de género y respecto a la que se ha constatado una mayor tolerancia hacia situaciones de control o abuso en las parejas.

<http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas15/haySalida016.htm>

En 2017 se ha insistido en este mensaje y, sobre todo, en la idea de detectar a tiempo actitudes de maltrato para que no vayan a más. Ha sido la primera campaña protagonizada por un chico en la que bajo el lema "Corta a tiempo. El maltrato no llega de repente" se persigue un doble objetivo:

- decirles a los chicos que eviten actitudes machistas de control o abuso hacia sus parejas
- y decirles a las chicas que apuesten por relaciones sanas de respeto y en igualdad y que pongan fin a relaciones nocivas que sólo pueden empeorar y dar lugar a situaciones de violencia extremas.

<http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas17/haySalida016.htm>

Aún existen en nuestra sociedad estereotipos sexistas que contribuyen a mantener y legitimar la violencia de género. Es necesario tomar conciencia de estos estereotipos de género que nos limitan para poder superarlos, aprendiendo a detectarlos desde sus primeras manifestaciones y fomentando nuevos modelos de relaciones personales basadas en valores positivos e igualitarios, de respeto y libertad.

La adolescencia es una etapa de afirmación de identidad especialmente importante en la que es preciso asentar valores y reconocer conductas nocivas para que no se normalicen ni se repitan en el futuro.

La perpetuación en actitudes de desigualdad, control, abuso o agresión son el germen de la violencia de género extrema en el futuro en sus diversas manifestaciones psicológica, física, sexual, económica o digital, entre otras.

El objetivo es insistir en prevención y en detección precoz de las posibles situaciones de violencia de género que se dan en las relaciones entre adolescentes y en la importancia de que confíen en su entorno y cuenten lo que les está pasando.



2. LA IMPORTANCIA DE LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO ENTRE LA POBLACIÓN ADOLESCENTE. DATOS

Las diferentes campañas realizadas en los últimos años están ayudando a mejorar la concienciación y la implicación de la sociedad ante la violencia de género.

El reconocimiento de la gravedad de la violencia de género en la pareja y de la necesidad de actuar desde la prevención, ha llevado al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a estudiar cómo son sus primeras manifestaciones en las relaciones que se establecen en la adolescencia, y las graves consecuencias que pueden tener tanto a corto como a largo plazo.

Los estudios realizados sobre este tema, "La percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud", "El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género" o la Macroencuesta de 2015, reflejan que la prevención específica de la violencia de género en la adolescencia debe enseñar a detectar sus primeras manifestaciones.

De los datos obtenidos en los últimos estudios sobre la violencia de género en la adolescencia, impulsados por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, se desprende que se ha producido un incremento de las adolescentes que reconocen haber sufrido situaciones de maltrato por parte de su pareja.

Las mujeres más jóvenes son las que muestran una mayor prevalencia de violencia psicológica de control a lo largo de toda la vida. Así, un 38,3% de las mujeres de 16 a 24 años que han tenido pareja alguna vez en su vida ha sufrido violencia psicológica de control por parte de alguna pareja o ex pareja.

Asimismo, más de la mitad (56,8%) de las mujeres entre 16 y 24 años no percibe la importancia de los hechos sufridos en una relación de violencia de género.

En este sentido se considera imprescindible concienciar sobre la importancia de detectar las primeras manifestaciones del maltrato en las relaciones que se establecen en la adolescencia y las graves consecuencias que pueden tener tanto a corto como a largo plazo.

3. PRIMERAS MANIFESTACIONES DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN ADOLESCENTES

A veces no es fácil detectar una relación dominada por el control, el aislamiento y los celos, porque al principio son muy sutiles y se pueden confundir con muestras de cariño.

Las **primeras manifestaciones** suelen ser actitudes de control, de humillación, de aislamiento:

- La ridiculiza, la hace sentir inferior, torpe o inútil.
- La hace sentir culpable para conseguir lo que quiere.
- No le gustan sus amistades y la aísla de su familia. Prefiere quedar siempre los dos a solas.
- Le controla todo lo que hace o con quien sale, se pone celoso o provoca una pelea.
- Revisa su teléfono móvil, Facebook, Twitter, Instagram y Whatsapp.
- Critica su forma de ser, vestir, maquillarse, hablar o comportarse.
- Justifica su actitud de control diciendo que la quiere mucho, que sabe lo que le conviene.
- Le dice que sería "capaz de cualquier cosa" si le dejara.
- Cuando se enfada le dan miedo sus reacciones, a veces se pone violento.



- La presiona para mantener relaciones sexuales con él, aunque ella no quiera.

Por el contrario, en positivo, una **relación sana**, se basa en el amor, el respeto, la confianza y la libertad, ambos son iguales:

- Se quieren y se apoyan mutuamente. En el amor nunca cabe el maltrato.
- No hay humillaciones, insultos, control de las redes sociales como Instagram, Facebook, whatsapp, etc, o presión para mantener relaciones sexuales no deseadas.
- Se relacionan con sus familiares y amigos con normalidad, sin que los celos sean un obstáculo.
- Tienen libertad para vestirse como quieren, decir lo que piensan, para hacer planes con otra gente sin temer la reacción de la pareja.

Por parte del entorno, la tolerancia hacia actitudes de control o abuso, la justificación de dichas actitudes con base en un supuesto "amor romántico" o el pensar que es una situación de pareja y que "ellos sabrán" contribuyen a perpetuar la violencia de género y a la repetición de roles.

4. OBJETIVOS

Deben quedar plasmados en esta campaña los siguientes aspectos:

- **Poner en valor las actitudes de respeto y de igualdad en la pareja.**

- **Destacar que la mayoría de los chicos apuestan por relaciones sanas.**
- **Hablar de las posibles consecuencias de las actitudes de control, de abuso y de maltrato** en la pareja (tus amigos te van a rechazar, las chicas no te van a hacer caso, vas a tener muchos problemas) Ser machista te excluye del grupo. En la línea de la teoría del refuerzo, si lo haces bien te valorarán y si lo haces mal te rechazarán.
- Concienciar sobre la importancia de detectar las primeras manifestaciones del maltrato en las relaciones que se establecen en la adolescencia y las graves consecuencias que pueden tener tanto a corto como a largo plazo.
- Animar a las adolescentes a contar lo que les está pasando, a buscar el apoyo de alguien de su confianza.
- Informar sobre los recursos donde pueden obtener información, atención y asesoramiento.

5. CRITERIOS QUE DEBEN ORIENTAR LA CREATIVIDAD DE LA CAMPAÑA Y MENSAJES

Para ello, la propuesta de creatividad de la campaña deberá mostrar:

- **Que una relación sana en la adolescencia se construye sobre la igualdad, el respeto** y el amor. Debe quedar claro el concepto de primeras señales de la violencia de género; destacando el uso de móviles y redes sociales para ejercer control o abuso.
- **Que adoptar actitudes de abuso o control tiene consecuencias.**
- **Que el entorno (tus amigos, tus compañeros de clase, tus profesores, tus vecinos...) ya no va a permitir que exista maltrato a su alrededor porque la sociedad está cada vez más concienciada.**
- Además se debe dirigir un mensaje de "Hay salida a la violencia de género": el primer paso que puedes dar es **contar lo que te está pasando a personas de tu confianza, buscar apoyo.**



- **Informar sobre los recursos** en los que pueden obtener apoyo e información sobre cómo salir de una relación dañina: 016, app "LIBRES", servicios sociales para jóvenes, centros de salud, etc.
- **Se valorará la originalidad de la idea, su capacidad de impacto y su visualidad. Debe ser capaz de generar un movimiento al que los chicos y las chicas adolescentes de 14 a 19 años quieran sumarse.**

4. PÚBLICO OBJETIVO

La campaña está dirigida a las adolescentes de 14 a 19 años para que estén alerta en sus primeras relaciones de pareja, así como a su entorno (familia, amistades, profesionales de la educación o del ámbito sanitario) que puedan apoyarlas ante situaciones de violencia. Fundamentalmente a su entorno de amistades y compañeros y compañeras.

Al estar dirigida a los adolescentes, es importante, crear una campaña próxima a ellos, con acciones y lenguaje utilizado por este colectivo, donde las redes sociales y la tecnología se tienen que reflejar, pues el medio de comunicación empleado por los adolescentes y una de las nuevas herramientas de ejercer violencia de género.

Madrid, 7 de noviembre de 2017.

Vocal asesora de la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género


Pilar Moreno Sastre


