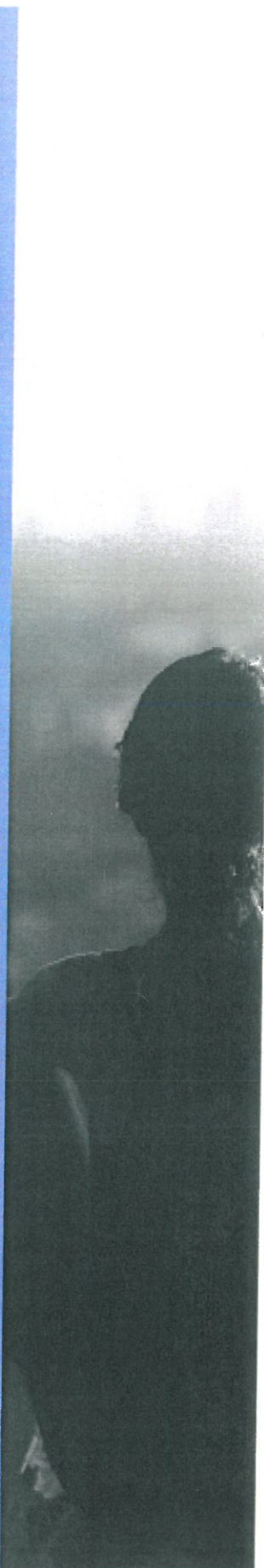


**IMAGEN Y PALABRA PARA
CREAR CONCIENCIA**

PUBLICIDAD CONTRA LA VG

**HISTÓRICO DE LAS
CAMPAÑAS DE
SENSIBILIZACIÓN CONTRA
LA VIOLENCIA SOBRE LA
MUJER DE LA DELEGACIÓN
DEL GOBIERNO PARA LA
VIOLENCIA DE GÉNERO**



GUÍA DE LA EXPOSICIÓN

Con este documento se pretende dar determinadas orientaciones al profesorado que le puedan servir para el uso educativo de la exposición. Es del todo probable que cada profesional podrá ver aspectos más concretos que pueden enriquecerla desde los distintos currículos de sus especialidades.

La exposición consta de 20 carteles (uno de ellos de presentación) en los que aparecen trece campañas de la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género. Su finalidad es la prevención y la sensibilización ante la violencia de género, presentando los recursos de los que disponen las víctimas, dando mensajes de empoderamiento dirigidos hacia ellas, señalando a los agresores y mostrando las otras víctimas de la violencia de género que son los menores y las menores que presencian la violencia y que a veces se convierten en el instrumento del agresor para castigar a la mujer.

La violencia de género hunde sus raíces en un sistema patriarcal que ha impregnado la economía, la sociedad, la cultura y las instituciones de todos los países de nuestro planeta a lo largo de la historia. Esto significa que es un tema transversal que puede ser abordado desde todas las áreas. Es por tanto un recurso enormemente multidisciplinar, que puede ser utilizado directamente en el aula de cada una de las materias o como exposición dirigida a todo el alumnado.

Puede valorarse también la conveniencia de presentarla de forma completa o seleccionar algunos de sus carteles de acuerdo a limitaciones de espacio o por aquellos aspectos que muestran y sobre los que deseemos incidir.

También podríamos acompañarla de los carteles explicativos o dejar como tarea al alumnado que interprete cada cartel y redacte o exponga el mensaje que se les envía.

Permite trabajar carteles con mensajes distintos en pequeños grupos y ser expuestas las conclusiones en gran grupo, de tal manera que la complementariedad de las distintas exposiciones orales permita al alumnado una identificación de lo que es la realidad social de la violencia de género.

En cuanto a aplicaciones directamente relacionadas con el currículum de las materias *grosso modo* planteamos las siguientes:

LENGUA CASTELLANA Y LITERATURA	<ul style="list-style-type: none">○ El uso del lenguaje inclusivo en la exposición. Profundizar sobre la necesidad de su uso y presentar modelos alternativos al uso del masculino como genérico.○ Los textos publicitarios presentados: tipología textual y principales características.○ Lectura de textos literarios que puedan relacionarse con
--------------------------------	---

		<ul style="list-style-type: none"> ○ alguno de los mensajes que se presentan en los carteles. ○ Escritoras que escribieron sobre la violencia machista.
EDUCACIÓN PLÁSTICA, VISUAL Y AUDIOVISUAL		<ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis de las campañas desde la perspectiva del lenguaje visual. ○ Análisis de las campañas desde la perspectiva de sus objetivos específicos: ¿a quiénes van dirigidas? ¿quiénes son sus protagonistas? ○ Creación de nuestra propia campaña. ○ Planteamiento de otras imágenes ante los mismos eslóganes.
GEOGRAFÍA E HISTORIA		<ul style="list-style-type: none"> ○ La historia de la lucha por los derechos de la mujer. ○ Países sin igualdad de derecho entre mujeres y hombres. ○ Situación de la violencia de género en el mundo. ○ El peso de la historia. ¿Ha habido una historia que haya condicionado la violencia hacia las mujeres? (desde el Ordenamiento de Alcalá 1348 a la supresión del artículo 428 del código penal en 1963). ○ <i>La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano</i>, aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente francesa el 26 de agosto de 1789 frente a la <i>Declaración de los Derechos de la Mujer y de la Ciudadana</i> de Olympe de Gouges de 1791. ○ La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. ○ La trayectoria de la lucha contra la violencia sobre la mujer de la ONU. La creación de ONU-Women, sus funciones y objetivos. ○ En algunos carteles de la exposición aparece: Agenda 2030. ¿Qué es? ¿Por qué aparece en una campaña de sensibilización contra la violencia de género? ○ El Consejo de Europa y el Convenio de Estambul. ¿Qué es el Consejo de Europa? ¿Por qué es importante el llamado Convenio de Estambul? ¿Qué puede suponer en nuestra legislación? ○ Pacto de Estado contra la Violencia de Género. ¿Qué es un Pacto de Estado? ¿Qué objetivos básicos plantea el Pacto de Estado contra la Violencia de Género?
VALORES ÉTICOS		<ul style="list-style-type: none"> ○ El concepto de género. ○ La Declaración Universal de los Derechos Humanos. ○ La igualdad de derecho y de hecho. ○ Organismos internacionales que luchan contra la violencia de género (Consejo de Europa, UE, ONU...) y asociaciones internacionales, nacionales, autonómicas o locales que trabajan por la igualdad real y el fin de la violencia contra las mujeres. ○ Distintos tipos de violencia contra la mujer. ○ La infancia, los y las menores dentro de la violencia. La perspectiva adultocéntrica en el tratamiento de la violencia







	<p>de género.</p> <ul style="list-style-type: none"> o La responsabilidad de las sociedades ante la violencia de género.
TECNOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> o Presentación del recurso de la App Libres que aparece en las campañas. o Consulta de la página web de la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género como recurso para víctimas de violencia.
MATEMÁTICAS	<ul style="list-style-type: none"> o Consulta de la página web de la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género (https://violenciagenero.igualdad.gob.es/instituciones/delegacionGobierno/home.htm) en el apartado de Estadísticas, encuestas, estudios e investigaciones. A través de ella se pueden obtener los datos estadísticos nacionales, por comunidades y provincias sobre los casos de violencia de género, el uso de los recursos, etc. Aunque en un principio los datos puedan resultarnos la parte más fría de la violencia sobre las mujeres, creemos que sirven al alumnado para acercarse a la realidad y desarrollar su espíritu crítico ante las falsas noticias que manipulan esta información.
TUTORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> o Concepto de sexo/ género. o Concepto de violencia de género según la Ley Orgánica 1/2004 y la Ley Canarias 16/2003. o Concepto de violencia de género según el Convenio de Estambul, ratificado en 2014 por España. o La desigualdad como base de la violencia contra la mujer. o Trabajo de la educación afectiva sexual: ¿qué es amar? ¿qué no es amar? o Primeras señales del maltrato: las conductas de control, dominio, aislamiento... o Distintas formas de violencia. o La víctima: acercamiento a la víctima de violencia de género: la habituación, la indefensión aprendida, el miedo, la culpa... o Recursos presentados en la exposición para ayudar a las víctimas a salir del círculo de la violencia. o Los menores y las menores como víctimas directas de la violencia de género. o La violencia como un problema público. Responsabilidades de la sociedad.

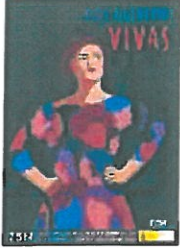

Los materiales audiovisuales de las distintas campañas se encuentran en el apartado “Sensibilización y concienciación: la sociedad actúa” de la página web de la DGVG: [www. https://violenciagenero.igualdad.gob.es/home.htm](https://violenciagenero.igualdad.gob.es/home.htm)

DESCRIPCIÓN DE LA EXPOSICIÓN

CARTEL	LEMA/CAMPAÑA	INFORMACIÓN SOBRE LA CAMPAÑA
		Cartel de presentación de la exposición.
	"CONTRA LOS MALOS TRATOS GANA LA LEY" CAMPAÑA 2006	Campaña de sensibilización en materia de violencia de género que tuvo como finalidad informar y sensibilizar sobre el cumplimiento y aplicación de la Ley Integral contra la Violencia de Género.
	"A LA PRIMERA SEÑAL DE MALOS TRATOS, LLAMA, 016" CAMPAÑA 2007	Campaña que presenta el servicio telefónico 016, de información y asesoramiento jurídico en materia de violencia de género.
	"ANTE EL MALTRATADOR, TOLERANCIA 0" CAMPAÑA 2008	El objetivo fue el rechazo y el aislamiento social del maltratador. Para ello se buscó la complicidad de los hombres en el rechazo contra la violencia de género, mostrar las consecuencias que esta produce en menores y trabajar la prevención de la violencia en las mujeres.
	"ANTE EL MALTRATO, TODOS Y TODAS A UNA" CAMPAÑA 2009	Campaña que tiene como objetivo generar en la sociedad un rechazo a la violencia de género y transmitir con la frase "Ya no tengo miedo" un mensaje positivo y esperanzador a las mujeres víctimas, al sentir que toda la sociedad está con ellas para protegerlas.
	"SACA LA TARJETA ROJA AL MALTRATADOR" CAMPAÑA 2010	La campaña presenta el testimonio de personas del entorno de la víctima y la representación por personas famosas de frases pronunciadas por los agresores para implicar a la ciudadanía en el rechazo a la violencia de género y a los maltratadores.

	<p>"EN LA VIOLENCIA DE GÉNERO NO HAY UNA SOLA VÍCTIMA"</p> <p>CAMPAÑA 2010</p>	<p>Con la Fundación Save the Children se colaboró en 2010 para visibilizar la situación de los hijos e hijas de las víctimas de violencia de género.</p>
	<p>"NO TE SALTES LAS SEÑALES, ELIGE VIVIR"</p> <p>CAMPAÑA 2011</p>	<p>Esta campaña está compuesta por tres versiones (aislamiento, amenaza y autoestima) dirigidas a dar pautas de comportamiento para la protección de las mujeres y facilitar elementos que aumenten su capacidad a la hora de identificar determinadas conductas y factores que suponen peligro.</p>
	<p>"CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO, HAY SALIDA"</p> <p>CAMPAÑA 2013</p>	<p>La campaña "Hay salida" tiene como objetivo transmitir un mensaje de esperanza a las víctimas y a su entorno e implicar a toda la sociedad para hacer del final de la violencia un objetivo común.</p>
	<p>"CUÉNTALO, HAY SALIDA A LA VIOLENCIA DE GÉNERO"</p> <p>CAMPAÑA 2014</p>	<p>Para prevenir la violencia de género es imprescindible detectar las primeras manifestaciones del maltrato en las relaciones que se establecen en la adolescencia y las graves consecuencias que pueden tener a corto y largo plazo.</p>
	<p>"SI TU CHICO TE DA MIEDO, CUÉNTALO"</p> <p>CAMPAÑA 2015</p>	<p>Con el mismo objetivo que la campaña 2014, se plantea la emoción del miedo como un indicador de la violencia en las relaciones.</p>
	<p>"SI HAY SALIDA A LA VIOLENCIA DE GÉNERO, ES GRACIAS A TI. ÚNETE"</p> <p>CAMPAÑA 2016</p>	<p>La violencia de género es un problema social y por tanto su erradicación será posible solo con la implicación de toda la sociedad.</p>

	<p>“NO PERMITAS LA VIOLENCIA DE GÉNERO”</p> <p>CAMPAÑA 2017</p>	<p>Cuando hay maltrato en una pareja, no son solo cosas de pareja. “Tus amigos y vecinos sienten no haber hecho nada” vuelve a recordarnos que la violencia de género es responsabilidad de todos y todas.</p>
	<p>“CORTA A TIEMPO, EL MALTRATO NO LLEGA DE REPENTE”</p> <p>CAMPAÑA ADOLESCENTES 2017</p>	<p>Las conductas de control, la falta de respeto, el aislamiento y la humillación aún son sutiles en la adolescencia y su normalización puede llevar a la justificación o aceptación de las relaciones nocivas. Corta a tiempo si detectas estas señales y apuesta por las relaciones sanas basadas en el respeto y la igualdad.</p>
	<p>“#PUESNOLOHAGAS, EL AMOR NO ES CONTROL”</p> <p>CAMPAÑA ADOLESCENTES 2018</p>	<p>Mostrando modelos de conductas de control que generan relaciones insanas, se enseña a los adolescentes a prevenir la violencia.</p>
	<p>“#SOMOSUNA, CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL”</p> <p>CAMPAÑA 2018</p>	<p>La Delegación del Gobierno para la Violencia de Género aborda también otros tipos de violencia contra la mujer: la trata de mujeres con fines de explotación sexual, la violencia por motivos de género y la violencia sexual.</p>
	<p>“#PASIÓNNOESPOSESIÓN”</p> <p>CAMPAÑA 2019</p>	<p>“No la trates como un objeto y luego le hables de amor. No hay excusa, no confundas amor con posesión” Este es el lema de la última campaña para la prevención de la violencia de género en adolescentes cuyo objetivo es concienciar sobre la necesidad de mantener relaciones íntimas que promuevan la libertad y el respeto mutuo.</p>
	<p>“#NOESTOYSOLA”</p> <p>CAMPAÑA 2019</p>	<p>La ruptura del silencio y la ruptura de la relación solo serán posibles con un entorno profesional especializado. Esta es la primera campaña del Gobierno que sitúa a las instituciones públicas sociosanitarias en el centro del acompañamiento.</p>

	<p>“NOS QUEREMOS VIVAS”</p> <p>CAMPAÑA 25N 2020</p>	<p>Con un cuerpo formado por personas diversas, esta mujer representa el conjunto de las mujeres y pretende transmitir un sentimiento de sororidad y de pertenencia a un movimiento universal que se levanta frente a la violencia machista.</p>
	<p>“#TODOSALDRÁBIEN”</p> <p>CAMPAÑA ESTADO DE ALARMA CONTRA COVID-19</p>	<p>Campaña de concienciación desarrollada con la finalidad de prevenir los impactos que el aislamiento domiciliario tiene en el incremento de casos de violencia de género y facilitar el acceso de las víctimas a los servicios de asistencia social integral, así como la sensibilización de su entorno social y familiar.</p>