



Red temática
“Ciudades igualitarias y libres de
violencia de género”

NO8DO

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Igualdad, Educación, Participación Ciudadana
y Coordinación de Distritos



Pacto de Estado
contra la violencia de género



ELABORADO POR:
Red temática "Ciudades igualitarias y libres de violencia de género"

Ciudades participantes: **Alaquás, Alboraya, Alcalá de Guadaira, Alovera, Argamasilla de Calatrava, Avilés, Barcelona, Bilbao, Ciudad Real, Ciutadella de Menorca, Gijón/Xixón, Granollers, Lleida, Lucena, Móstoles, Rubí, Sant Boi De Llobregat, Sant Feliu De Llobregat, Sevilla, Vícar, Viladecans, Valdepeñas, Rivas-Vaciamadrid, Valladolid, Vitoria-Gasteiz, Xàbia.**

COORDINACIÓN: Ayuntamiento de Sevilla

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Ipro Organización S.L.

AÑO: 2022



índice

1 INTRODUCCIÓN.

2 DOCUMENTOS ELABORADOS POR LA RED "CIUDADES IGUALITARIAS Y LIBRES DE VIOLENCIA DE GÉNERO".

2.1 RECOMENDACIONES PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN Y PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN GENERAL.

A. Justificación.

B. Recomendaciones con perspectiva de género.

b1- Recomendaciones generales.

b2- Recomendaciones para la elaboración del diseño de la imagen y el lema de las campañas.

b3- Recomendaciones para la difusión de las campañas.

b4- Recomendaciones para la evaluación de las campañas.

C. Requisitos mínimos que debería contemplar una campaña de sensibilización y prevención de violencia de género.

D. Recursos.

d1- Guías y manuales sobre campañas.

d2- Guías de uso inclusivo y no sexista del lenguaje.

d3- Ejemplos de campañas.

2.2 MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE SENSIBILIZACIÓN Y PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO.

A. Justificación.

B. Definición de "buenas prácticas en materia de sensibilización y prevención de violencia de género".

C. Criterios de idoneidad para identificar una "buena práctica" en materia de sensibilización y prevención de violencia de género.

D. Ficha de buenas prácticas.

2.3 ANÁLISIS Y MEJORA DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN EN ACTUACIONES DE SENSIBILIZACIÓN Y PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO.

A. Justificación.

B. Logros obtenidos en la coordinación de actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

C. Dificultades detectadas en la coordinación de actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

D. Recomendaciones para una mejora en la coordinación de actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

d1- Alianzas imprescindibles.

3 GLOSARIO.

1 INTRODUCCIÓN

El Ayuntamiento de Sevilla ha coordinado el trabajo de las ciudades adheridas a esta red desde su inicio en Junio de 2020. Durante este tiempo y debido a la pandemia motivada por el Covid 19, el trabajo de los grupos de trabajo de la red se ha llevado a cabo a través de reuniones telemáticas.

Desde Sevilla queremos agradecer la colaboración de todas las ciudades que han participado en este proyecto común y el esfuerzo añadido al tratar de darle continuidad a este trabajo con una pandemia de por medio que tanto nos ha afectado.

Presentamos aquí en este documento la culminación del trabajo desarrollado, esperando haber contribuido al intercambio de experiencias y buenas prácticas municipales relacionadas con la promoción de la igualdad y la prevención de la violencia de género.

2 DOCUMENTOS ELABORADOS POR LA RED "CIUDADES IGUALITARIAS Y LIBRES DE VIOLENCIA DE GÉNERO"

2.1 Recomendaciones para la realización de campañas de sensibilización y prevención de la violencia de género dirigidas a la población general.

A. Justificación.

Una ciudad educadora debe promover el respeto y facilitar la afirmación de la propia identidad cultural. La función educadora de la ciudad favorece la transmisión de conocimientos, valores, normas, costumbres, tradiciones... Para ello, es necesario proporcionar espacios de información y participación que permitan la acción transformadora de la ciudadanía y que eviten cualquier forma de violencia y discriminación.

Las campañas de sensibilización y prevención de la violencia de género tienen como objetivo concienciar a la sociedad, contribuyendo a generar actitudes y sentimientos de rechazo hacia la violencia, así como a eliminar comportamientos y actitudes sexistas que ocultan, mantienen o toleran las situaciones de violencia de género. Puede entenderse que en sí, las campañas tienen una finalidad educadora. A continuación, se recogen las recomendaciones y requisitos que ayudarán a desarrollar este tipo de campañas optimizando los resultados.

B. Recomendaciones con perspectiva de género.

b1- Recomendaciones generales.

- Las campañas de sensibilización y prevención de la violencia de género son formas de transformación social y deben ser diseñadas para modificar los mapas conceptuales y el imaginario colectivo sobre este tema. La idea principal que subyace a cualquier campaña debería ser **comunicar para transformar**.
- En el marco de la agenda informativa se han de contemplar en las campañas tres cuestiones importantes:
 1. **¿Qué vamos a visibilizar?** El enfoque que adoptemos determinará la realidad que queremos visibilizar. En función de nuestro enfoque habría que preguntarse qué queremos destacar, qué creemos que es importante y qué no (por ejemplo, no es lo mismo definir y visibilizar la violencia de género como vulneración de derechos humanos que como crimen pasional).
 2. **¿Sobre qué vamos a comunicar?** Será fundamental decidir la terminología que utilizaremos en dicha campaña. En este sentido, el uso de términos será un tema importante a tener en cuenta, donde podemos preguntarnos qué enfoque vamos a adoptar cuando establecemos una u otra connotación terminológica y qué fuentes consideraremos válidas y expertas/os en materia de igualdad y violencia de género (por ejemplo, existe una diversidad de conceptos: "violencia de género", "violencias machistas", "violencias contra las mujeres"..., donde incluso podemos resemantizar las diferentes realidades).
 3. **¿Qué voces reconocemos?** Debemos reflexionar sobre quiénes valoramos que deben comunicar en nuestra campaña y qué discursos transmitirán, qué capacidad de influencia tienen y cómo van a posicionarse ante esta problemática.
- Antes de elaborar una Campaña de sensibilización y prevención de la violencia de género nos debemos preguntar: ¿Cómo logramos...
 1. **Que se nos oiga**, que se nos escuche, que se nos lea?
 2. **Que se nos conozca**, que se nos reconozca?

3. Que contribuyamos, que logremos nuestros objetivos?

- Durante todo el proceso de elaboración de una campaña, se adoptará la perspectiva de género, desde el planteamiento de los objetivos hasta la evaluación de dicha campaña. La perspectiva de género no consiste en mostrar a mujeres en un cartel de campaña, por ejemplo, sino en reflexionar sobre el proceso de transformación social desde un enfoque donde la igualdad entre mujeres y hombres sea el objetivo y la metodología a seguir, por lo que debe estar presente en todas las etapas y contenidos de la campaña.
- Es importante que el conjunto de personas que vayan a trabajar en las campañas tengan un mínimo de formación en materia de igualdad y perspectiva de género.
- Cuando desarrollemos una campaña de sensibilización y prevención de la violencia de género nos plantearemos:
 1. **Qué queremos**, es decir, cuáles son nuestros objetivos. Éstos deben ser medibles y acotables en el tiempo.
 2. **Quiénes la diseñamos**, es decir, a quiénes vamos a hacer partícipe.
 3. **De qué medios disponemos**, qué capacidades, habilidades, recursos y limitaciones técnicas tenemos.

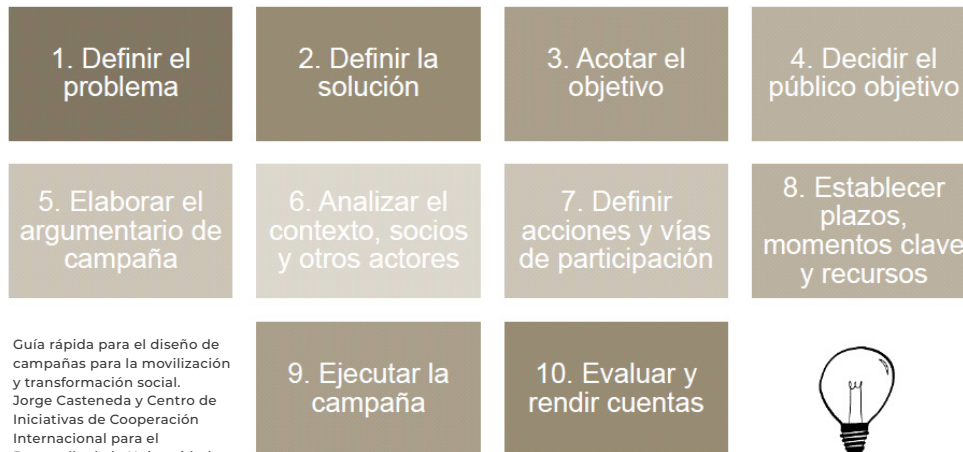
Asimismo, es importante **revisar las campañas** que se han diseñado en este sentido previamente en el municipio y, a la hora de definir los objetivos y la población destinataria, identificar **qué área puede ser más útil para trabajar** con esa población (por ejemplo, en una Campaña en la que el target sea la población joven, sería interesante contactar con el área de "Juventud").

- Las campañas deben contar con un Plan de Comunicación:
 1. El Plan de Comunicación debería estar liderado por Alcaldía o por la máxima autoridad de la administración de ese territorio.
 2. El Plan de Comunicación no puede ser una declaración de intenciones, por lo que debería contar con recursos propios: personales, materiales, técnicos y económicos.

Si no pudiera contarse con ningún Plan de Comunicación, para el desarrollo y la gestión de las campañas sería necesario contar con profesionales con conocimientos y experiencia en cada ámbito, por ejemplo, empresas

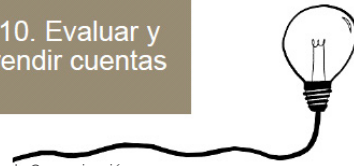
especializadas en género y profesionales con formación y trayectoria en comunicación.

- La **duración** de las campañas ha de ser suficiente para que sea eficaz y el mensaje sea comprendido y captado por el público objetivo.
- Los **objetivos** de las campañas se han de plantear teniendo presente el **imaginario colectivo** y los discursos sociales (ideas o mitos en relación a la igualdad y violencia de género, tales como "es un tema personal, se lo estaba buscando, es celoso porque te quiere, ha sido culpa del alcohol, está enfermo, va con el oficio, anda que si me pasara a mí, qué haría sola a esas horas...").
- Algunos de **los objetivos que deberían estar presentes en cualquier campaña** de sensibilización y prevención de la violencia de género, serían: visibilizar la existencia de la violencia contra las mujeres, su origen y consecuencias, concienciar de que se trata de un problema social, en el que es necesaria la implicación individual y colectiva para un posible cambio y proponer modelos de relaciones igualitarias.
- Realizar **campañas comprensibles** y accesibles para la población en general, teniendo en cuenta la interseccionalidad como elemento que permite comprender la influencia de otros factores que interactúan con la variable "género", tales como la lengua, la edad, el nivel educativo y socioeconómico, discapacidad, etc.
- Tener en cuenta las **características de la población** y/o colectivos a los que se dirigen las campañas, prestando especial atención a los grupos en especial vulnerabilidad (por ejemplo, los objetivos, el diseño o la difusión de la campaña no son iguales si se dirige a personas gitanas, migrantes, que residen en el ámbito rural, etc.). Igualmente destacar la importancia de adaptar el lenguaje a la población a la que va dirigida, por ejemplo, si va dirigida a jóvenes habrá que adaptar el lenguaje a esta población.
- Tener presente en las propuestas a las **asociaciones de mujeres, hombres y grupos feministas, así como a otras organizaciones y movimientos sociales** (vecinales, sindicales, juveniles, etc.) y espacios de organización social (consejos de participación, plataformas, etc.), que exponen otros modelos de nuevas masculinidades



Guía rápida para el diseño de campañas para la movilización y transformación social. Jorge Casteneda y Centro de Iniciativas de Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Universidad de Granada.

Profa.Dra. Belén Zurbano- Berenguer Mayo 2021 Las Violencias de Género en la Comunicación



b2- Recomendaciones para la elaboración del diseño de la imagen y el lema de las campañas.

Buscar asesoramiento de especialistas en comunicación y diseño y con formación especializada en perspectiva de género, dentro de la propia organización.

Asimismo, con carácter general, es recomendable tener en cuenta la importancia de las "nuevas tecnologías" en el diseño de la imagen y en la elaboración del mensaje.

b.2.1. En cuanto a la imagen:

- Contratar profesionales expertas/os en incorporar la perspectiva de género y, en la medida de lo posible, dar visibilidad a ilustradoras feministas.
- Trabajar bien el mensaje que se quiere transmitir de forma previa, con quien vaya a hacer las imágenes.
- Visibilizar la diversidad en las imágenes (diversidad de cuerpos, de orígenes, de capacidades funcionales y/o sensoriales, etc.)
- Romper estereotipos de género (por ejemplo, asociar los trabajos de cuidados exclusivamente con las mujeres).

- Ilustraciones adaptadas en función del público objeto.
- Si se trata de un "concurso" de ilustraciones, dar orientaciones claras y breves sobre qué implica una imagen que apueste por la igualdad.

b.2.2. En cuanto al mensaje:

- Crear mensajes impactantes y viables, que puedan ser entendidos fácilmente por la población destinataria a la que se dirige la campaña y que puedan ser difundidos en todos los medios/canales.
- Aludir a la diversidad de manifestaciones de violencia, no sólo a la física, con el fin de desmitificar la creencia, especialmente entre la población más joven, de que la violencia de género es "el golpe". Visibilizar la violencia física, psicológica, sexual, obstétrica, económica, institucional, vicaria, etc.
- Aludir a la diversidad de espacios y contextos en qué se produce la violencia (transporte público, lugar de trabajo, lugar de estudio, hogar, espacio público, redes sociales, etc.).
- Aludir a la diversidad de mujeres que sufren violencia de género, para evitar asociarla con mujeres con falta de recursos, información, etc.
- Cuidar el lenguaje y evitar mensajes que responsabilicen a las víctimas, con la idea de eliminar el uso de mensajes del tipo "Atrévete", "Llama al 016", "Mamá hazlo por nosotros... ACTÚA", puesto que colocan la carga y la responsabilidad de actuar en las mujeres que sufren la situación de violencia.
- Dirigir mensajes a los chicos/hombres y la implicación de la población general, y evitar que vayan dirigidos solo a las mujeres. Mensajes directos para chicos jóvenes sobre qué es un buen trato, sobre cómo construir una masculinidad no tóxica, etc.
- Análisis crítico de campañas institucionales y propuestas alternativas, por ejemplo dirigiéndolas a los agresores y no a las víctimas:¹
https://verne.elpais.com/verne/2017/11/21/articulo/1511283303_058531.html
- Desmentir falsos mitos en torno al amor romántico. El amor romántico es una concepción de relación amorosa de pareja, caracterizada por elementos como: idealización de la otra persona, entrega total, deseo de presencia constante, concepción del amor como elemento central de la existencia humana, justificación

1. Corregimos las campañas contra la violencia machista dirigiéndolas al agresor y no a la víctima. Mari Luz Peinado y Anabel Bueno (Verne, 2017).

de cualquier comportamiento en nombre del amor, libertad de elección de pareja, vinculación de amor y sexo, capacidad del amor para triunfar ante cualquier adversidad, presunción de amor eterno, consideración que los celos son un signo de amor, vinculación de amor y sufrimiento, consideración que el amor es ciego, etc. Esta forma de entender el amor da lugar a un conjunto de creencias, suposiciones y expectativas que se conocen como mitos del amor romántico, entre los que se encuentran:

1. el mito de la media naranja
2. el mito de la pareja heterosexual
3. el mito del dolor
4. el mito de la exclusividad
5. el mito de la constancia
6. el mito de los celos
7. el mito de la ceguera

- Los peligros de la asunción de estos mitos es que pueden generar excesivas expectativas y exigencias sobre la relación de pareja, el rechazo a la diversidad de identidades y orientaciones afectivo-sexuales, y la justificación o naturalización de prácticas violentas (control, aislamiento, amenazas, acoso...), entre otros.

2. *Del mito del amor romántico a la violencia contra las mujeres en la pareja.* Esperanza Bosch Fiol. Ministerio de Igualdad (2007).

b3- Recomendaciones para la difusión de las campañas

b.3.1. Mecanismos de coordinación para difusión.

- Tener en cuenta las **características del propio grupo diana** al que se dirigen las campañas para adecuarlas.
- Dirigir las actuaciones teniendo en cuenta las características de la **población del municipio**.
- Desarrollar acciones que puedan mitigar la **sensación de pesadez o hastío** que expresa, en ocasiones, la población general respecto a actuaciones o campañas relativas a la igualdad o la prevención de la violencia de género.
- Revisar y **realizar un análisis sobre las actuaciones que se han desarrollado previamente** en el municipio y desde qué instancias.
- Trabajar la **sensibilización continua** a lo largo del tiempo, siendo la campaña institucional el "resultado final" de ese trabajo realizado previamente.
- Fortalecer la **coordinación de las distintas administraciones públicas y entidades** que elaboran campañas de sensibilización ciudadana.
- **Coordinarse con el personal técnico de otras áreas** que tengan experiencia de trabajo con el perfil del público objeto: por ejemplo Juventud. Hacer campañas conjuntas entre áreas...
- Incorporar la **transversalidad** dentro del propio Ayuntamiento, disponiendo de una persona de referencia en cada delegación o área municipal.
- Fomentar la **sensibilización** en materia de igualdad y violencia de género dentro del Ayuntamiento, tanto del personal técnico como del personal político.
- **Sensibilizar a otras áreas municipales más alejadas** de esta materia (Intervención, Urbanismo, Movilidad, Policía Local...) para mejorar la coordinación e implicación de este tipo de actuaciones, por ejemplo, ofreciendo formación al personal.
- **Coordinación con colectivos y asociaciones locales** para difundir, también con centros educativos, incluidas universidades.
- **Implicar a los hombres**, ya que es fundamental construir distintos

modelos de relaciones más igualitarias.

- Contar con **presupuesto suficiente** para realizar folletos, mupis, propaganda, producción audiovisual para realizar videos cortos de presentación de las campañas, etc.
- Realizar **Jornadas de presentación pública** de las campañas, abiertas para la población y aparte para la propia organización.

b.3.2. Medios y soportes empleados. Valoración de efectividad de los distintos medios, soportes, formatos...

- Analizar los soportes (mupis, banderolas, lonas, quioscos...) y medios (prensa escrita y/o digital, radio, redes sociales, publicidad exterior, televisión, etc.) que se van a utilizar en las campañas, ya que estos deben ser los más idóneos en relación con el mensaje y con el público objetivo.

b4- Recomendaciones para la evaluación de las campañas.

Teniendo en cuenta la complejidad que supone evaluar cualquier tipo de proyecto y, en particular, una campaña de sensibilización, puesto que el objetivo de nuestras campañas son los cambios de actitud y comportamiento de la población, consideramos que este apartado tiene una especial relevancia.

Por ello, para el desarrollo de este apartado se ha tomado como referencia a ONU MUJERES, dada su gran cobertura mundial, el tratamiento tan completo que hace de este tema y su aplicación al ámbito de la igualdad y violencia de género.

1. Antes de analizar la metodología de la evaluación que podemos realizar de una campaña, vamos a proponer distintos **tipos de evaluación** (evaluación formativa, de desarrollo, de proceso, de resultados y de impacto).
2. En el momento de diseñar e implementar una campaña de sensibilización lo que tenemos en nuestro horizonte es causar el mayor **impacto** posible, es decir, los efectos que se generan a largo plazo y duraderos en el tiempo, por ejemplo si el mensaje se ha comprendido por el público a quien iba dirigido, si ha aumentado su conocimiento sobre la problemática o el fenómeno en general y sobre la información que se transmitía en particular; si ha generado implicación o si se identifica el mensaje con la entidad que lo promueve. No debemos confundir el término "impacto" con resultados inmediatos, como por ejemplo, las visitas a una página

web o a las redes sociales. Por ello, y puesto que las campañas sobre sensibilización y violencia de género suelen ir dirigidas a cambios de actitudes, valores y comportamientos, es complicado o, incluso, imposible, atribuir el cambio con exactitud a la campaña. Es más adecuado hablar de la contribución que ha hecho la campaña para llegar al objetivo propuesto. El método más preciso utilizado es el ensayo experimental, que detecta la diferencia entre el logro de una campaña y lo que se hubiera conseguido sin ella.

3. Los métodos más frecuentes de evaluación para analizar los resultados de una campaña son los **enfoques cualitativos** (estudios de casos, entrevistas con informantes clave, métodos de evaluación participativa y debates de grupos de reflexión) y **cuantitativos** (encuestas). Aunque la elección de tales métodos dependen del tiempo del que se disponga, del personal y los recursos humanos existentes y de los presupuestos asignados para tales campañas, en general, se recomienda aplicar ambos de forma paralela con el fin de conseguir una visión más global.
4. Utilizar las **nuevas tecnologías** como instrumentos potentes para la divulgación de la campaña, dada su facilidad de acceso, cobertura, rapidez y diversidad de formatos que admite (imagen, sonido, gráficos, texto...). Se convierten así en herramientas especiales para evaluar las actividades de comunicación de masas, tales como la vigilancia del sitio web o las encuestas en internet, seguimiento directo de las respuestas, encuestas con muestras escalonadas y seguimiento de periódicos, televisión y radio. Esta última herramienta implicará contar con una persona que se encargue de reunir y analizar toda la documentación relacionada con la campaña y su cobertura, así como el lugar de colocación de los anuncios por los medios de comunicación, por lo que es necesario que esté presupuestado en los costes de la campaña en su diseño inicial.
5. Establecer un **mínimo de indicadores** que permitan realizar el seguimiento y evaluación de las actuaciones en función de los resultados que se vayan obteniendo.

6. **Guía** para la evaluación de campañas (ONU MUJERES):

<https://www.endvawnow.org/es/articulos/1332-tipos-de-evaluacion-de-una-campa%C3%B1a.html>

C. Requisitos mínimos que debería contemplar una campaña de sensibilización y prevención de violencia de género.

	SI	NO
1. Identificar las diferentes manifestaciones de la violencia de género: mutilación genital femenina (MGF), explotación sexual, matrimonios forzados, abusos sexuales...	✓	
2. Visibilizar sólo la violencia física.		✗
3. Enseñar otros tipos de violencia: psicológica, sexual, económica.	✓	
4. Mostrar sólo la violencia en el ámbito de las relaciones de pareja.		✗
5. Mostrar imágenes y mensajes positivos de superación de la situación de violencia.	✓	
6. Hacer ver que nuestra pasividad nos hace cómplices de la situación.	✓	
7. Responsabilizar exclusivamente a la mujer para salir de esa situación.		✗
8. Transmitir mensajes o imágenes morbosas, sensacionalistas o fatalistas.		✗
9. Promover relaciones igualitarias entre chicas y chicos.	✓	
10. Señalar los recursos para salir de las situaciones de violencia.	✓	
11. Vincular la violencia con el consumo de alcohol, drogas o con "estar loco".		✗
12. Presentar los celos como muestra de amor		✗
13. Desmontar los mitos del amor romántico: la media naranja, el amor puede con todo, los polos opuestos se atraen...	✓	

14. Hacer ver formas de control que están normalizadas (WhatsApp, redes sociales...), pero que dificultan la libertad de la otra persona.	✓	
15. Utilizar mensajes en las que se muestre a las mujeres como objetos sexuales.		✗
16. No asociar la violencia de género con el nivel cultural, económico, educativo,...	✓	
17. Justificar la violencia por algunas religiones o culturas.		✗
18. Incidir en que la causa de la violencia de género es la desigualdad.	✓	
19. Buscar la complicidad de los hombres en la superación de esta problemática.	✓	
20. Mostrar rechazo social hacia los agresores.	✓	
21. Dirigir el mensaje sólo a ellas.		✗
22. Visibilizar y denunciar el sexismo y la violencia de género que se muestra a través del cine, la publicidad, los videojuegos, los medios de comunicación, etc.	✓	
23. Utilizar estereotipos sexistas en los mensajes.		✗
24. Emplear en los mensajes un lenguaje inclusivo (ver punto 4)	✓	
25. Incidir en la necesidad y conveniencia de la denuncia por parte de toda la sociedad y no solo por parte de la víctima , como herramienta para la protección de la mujer y de sus hijas e hijos y la salida de las situaciones de violencia de género.	✓	
26. Hacer ver las consecuencias de la violencia de género en la sociedad y no únicamente en la víctima.	✓	

D. Recursos.

d1- Guías y manuales sobre campañas:

RECOMENDACIÓN: Investigar si en tu propio municipio existe alguna guía en esta materia).

- Informar sobre la violencia machista (Lamarea/Intermon Oxfam). <https://www.informarsobreviolenciamachista.com/>
- Buenas prácticas, manuales y recomendaciones (Ministerio de Igualdad). <https://bit.ly/3r0uLbO>
- Guía para Sensibilizar y Prevenir desde las Entidades Locales la Violencia contra las Mujeres (Federación Española de Municipios y Provincias). <https://bit.ly/3r2gOdC>
- Castañeda Pastor, J. (2017). Guía rápida para el diseño de campañas para la movilización y la transformación social. Centro de iniciativas de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Universidad de Granada. <https://bit.ly/3AHJHyU>

d2- Guías de uso inclusivo y no sexista del lenguaje:

- UNED. <https://cutt.ly/yI3tPNX>
- Universidad CARLOS III. <https://cutt.ly/ui3tBeK>
- Ayuntamiento de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-de-llenguatge-no-sexista/es/>
- Ministerio de Igualdad. <https://cutt.ly/3I3t7zC>

d3- Ejemplos de campañas:

- "Amigo date cuenta", "Yo me ocupo" y "Sin mochila". Iniciativa Spotlight: campaña conjunta de la Unión Europea y las Naciones Unidas orientada a eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas. Concretamente, han desarrollado tres campañas de notable éxito. <https://news.un.org/es/story/2020/12/1485732>
- Campaña noruega "Dear Daddy". <https://www.youtube.com/watch?v=JDI4SfjD2P4>
- "Ana y los cascos". Alumnado y profesorado del Instituto Público Joaquín Rodrigo de Madrid. https://www.youtube.com/watch?v=3933mS_gP8o
- Campaña "La violencia que no ves". Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género. <https://bit.ly/3r3UaBE>
- "NO permitas la violencia de género". Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. <https://bit.ly/3fUH5E1>



2.2 Manual de buenas prácticas en materia de sensibilización y prevención de violencia de género.

A. Justificación.

Las ciudades constituyen un agente educativo permanente, no solo porque deben tener entre sus objetivos enriquecer la vida de sus habitantes, sino porque se convierten en sistemas capaces de invertir en educación, de promover las condiciones adecuadas para lograr la igualdad entre su población.

Además, resulta fundamental que las ciudades, desde las instituciones educativas formales e informales, aprendan e intercambien iniciativas y experiencias que ayuden a transformar y favorecer el cambio hacia sociedades más justas e igualitarias, a partir de la implicación y participación activa de las personas que forman parte de dichas ciudades, incluyendo y dando protagonismo a niñas, niños y jóvenes. En este sentido, las ciudades, como plataformas locales, deben promover la convivencia y la formación de valores como la igualdad de trato entre mujeres y hombres para sensibilizar y prevenir situaciones de violencia de género.

Cada vez más las diferentes instituciones y profesionales apuestan por desempeñar bien sus competencias, utilizando los mejores conocimientos, experiencias y prácticas disponibles. Por ello, la identificación y valoración sobre buenas prácticas suponen una de las líneas de trabajo más interesantes.

B. Definición de "Buenas prácticas en materia de sensibilización y prevención de violencia de género".

Aunque no resulta fácil determinar qué es una buena práctica, cómo se puede identificar o cuáles son los criterios necesarios para identificar una buena práctica, para definirla es necesario que se fundamente en unos valores éticos, en un marco teórico que lo sustente, en unos modelos de racionalidad científica y que cuente con unos indicadores operacionalmente definidos. Estos indicadores, apoyados por las teorías y modelos, permitirán analizar, evaluar y definir lo que es considerado como una buena práctica en el ámbito educativo respecto a la igualdad de género (Escudero, 2009).

Podríamos considerar que buenas prácticas son el conjunto de acciones o prácticas de las que se pueden extraer aprendizajes o experiencias positivas inspiradoras. En este manual se trata de recoger aquellas actuaciones que abordan con éxito la sensibilización y prevención de la violencia de género desarrolladas desde las políticas públicas municipales.

C. Criterios de idoneidad para identificar una "Buena práctica" en materia de sensibilización y prevención de violencia de género.

- **Impacto.** La buena práctica tiene un impacto mínimo, siendo realista o con objetivos realmente alcanzables.
- **Facilidad.** El proyecto o la buena práctica se lleva a cabo de manera que el objetivo planteado no sea excesivamente ambicioso.
- **Replicabilidad o posibilidad de transferencia.** Posibilidad de que dicha práctica se pueda extrapolar a otros municipios.
- **Accesibilidad.** Hace referencia a la accesibilidad de la población a la que vaya dirigida la buena práctica.
- **Globalidad.** La buena práctica abarca a un número importante de población o puede ser llevada a distintos ámbitos de intervención.
- **Alta Especialización.** Aunque la buena práctica abarca a un número reducido de personas, éstas forman parte de colectivos altamente vulnerables por la múltiple intersección de variables de discriminación o con los que es especialmente difícil intervenir, por su situación (población reclusa, víctimas de trata...).
- **Innovación.** La buena práctica es novedosa y dicha novedad aporta un valor añadido.
- **Trayectoria/Continuidad.** La buena práctica supone una experiencia ya consolidada o con potencial evidente de continuidad.
- **Intersectorialidad Integrada.** Intervención con diferentes áreas municipales y agentes sociales participantes en un proyecto de acción o intervención comunitaria, es decir las acciones no están aisladas, sino que se integran en un marco más amplio, en el que se realiza un trabajo de manera coordinada.

- **Participación.** Fomenta la participación, es decir, la población a la que va dirigida se implica y participa realmente.
- **Sostenibilidad.** Satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de solventar las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.
- **Enfoque transversal de género.** Incorpora el enfoque de género en todas las fases de la buena práctica: diagnóstico, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación. El objetivo básico debe ser fomentar la igualdad real entre mujeres y hombres.
- **Planificación y desarrollo integral.**
 1. Aborda las causas y efectos estructurales de la violencia de género con un enfoque de promoción de la igualdad de género.
 2. Implica actuaciones en varios ámbitos: educativo, sanitario, policial, social, etc., con el apoyo de los recursos puestos en marcha desde el propio municipio.
 3. Permite incluir y coordinar a diferentes profesionales que trabajen en conjunto para luchar contra las estructuras patriarcales y conseguir erradicar desde sus raíces la violencia hacia las mujeres, teniendo en cuenta a posibles agentes de prevención, tanto municipales como externos.
- **Evaluabilidad.** Es evaluable e incluye metodología y/o indicadores de evaluación.

TENDRÁ LA CONSIDERACIÓN DE BUENA PRÁCTICA SI CUMPLE LA MITAD MÁS 1 DE ESTOS CRITERIOS

Se considerará criterio imprescindible el enfoque transversal de género.

Se recomienda la lectura del apartado "Análisis y mejora de los mecanismos de coordinación en actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género". Si la buena práctica consiste en el desarrollo de una campaña de sensibilización en materia de violencia de género, se propone además la lectura del apartado "Recomendaciones para la realización de campañas de sensibilización y prevención de la violencia de género dirigidas a la población general".



D. Ficha de buenas prácticas.

BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE SENSIBILIZACIÓN Y PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO

1. Resumen ejecutivo/Palabras clave:	
2. Entidad/Institución (Citar en su caso a los Servicios implicados internos y externos):	
3. Título de la Buena Práctica:	
4. Objetivos:	
4.1. General:	
4.2. Específicos:	
5. Puesta en marcha (período):	
6. Área de intervención:	
· Educación	
· Salud	
· Empleo	
· Cultura	
· Ocio y tiempo libre	
· Servicios sociales	
· Juventud	
· Fuerzas y Cuerpos de seguridad	
· Personal (Recursos Humanos)	
Otras (especificar):	
7. Personas destinatarias:	
8. Breve descripción de la experiencia:	
8.1. Situación anterior al desarrollo de la actuación (diagnóstico previo: ¿qué necesidad se detectó para poner en marcha la iniciativa?):	
8.2. Actuación (contenidos, estrategias, actividades y metodología):	
8.3. Situación posterior al desarrollo de la actuación (principales resultados):	
- indicadores cuantitativos.	
- indicadores cualitativos.	

9. Estimación económica:	
10. Documentación de consulta (enlace a la descripción detallada de la buena práctica):	
11. Principales logros, dificultades y recomendaciones:	
12. Persona referente, Correo electrónico y teléfono de contacto para posibles consultas:	
13. Autotesteo de criterios que cumple:	
· Impacto	
· Facilidad	
· Replicabilidad o posibilidad de transferencia	
· Accesibilidad	
· Globalidad	
· Alta Especialización	
· Innovación	
· Trayectoria/Continuidad	
· Intersectorialidad Integrada	
· Participación	
· Sostenibilidad	
· Enfoque transversal de género	
· Planificación y desarrollo integral	
· Evaluabilidad	



2.3 Análisis y mejora de los mecanismos de coordinación en actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

A. Justificación.

La coordinación es una herramienta básica de trabajo en la sensibilización y prevención de la violencia de género. La relación institucional, el trabajo en red y la corresponsabilidad son fundamentales para realizar una intervención integral. Por ello, la administración local debe desarrollar todos aquellos mecanismos y estrategias para poder establecer pautas concretas de actuación e intercambio de experiencias que faciliten la acción conjunta.

Con el objetivo de optimizar la coordinación de agentes, actuaciones y recursos implicados en la sensibilización y prevención de la violencia de género, a través de este documento se realiza un breve análisis y mejora de los mecanismos de coordinación, en el que se recogen los logros o beneficios obtenidos de dicha coordinación, las dificultades encontradas y una serie de recomendaciones.

B. Logros obtenidos en la coordinación de actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

- Se obtienen mejores resultados cuando se ponen en común las diferentes iniciativas e intereses de las distintas áreas municipales que participan en un proyecto.
- Existe una mayor riqueza en la programación que se genera cuando participan distintas áreas y administraciones para llevar a cabo una misma finalidad.
- El enfoque o la perspectiva de género aportada desde las áreas de igualdad y feminismos permite sensibilizar y empoderar en sus propios trabajos a su personal técnico. Este empoderamiento da valor a sus tareas y aporta fortaleza y autonomía, lo que ayuda a que el propio personal genere proyectos y consolide su rol de liderazgo dentro del ayuntamiento y fuera de él.
- La coordinación facilita la formación en igualdad y violencia de género. Dicha formación a su vez, repercute positivamente en la realización de los proyectos y actuaciones en esta materia, sobre todo si la formación se plantea como un requisito y como una oportunidad.

- Se obtienen mejores resultados cuando se planifica la coordinación de las actuaciones de las diferentes áreas implicadas. Esto supone:
 1. Acordar objetivos concretos y finalidades posibles.
 2. Determinar actividades de coordinación durante el desarrollo de las actividades compartidas.
 3. Determinar un calendario de actuaciones de las diferentes áreas municipales que participan en las intervenciones de sensibilización y prevención de violencia de género.
 4. Establecer metodología e indicadores de evaluación de las actividades de coordinación.
 5. Calendarizar las reuniones de coordinación.
- Facilita y mejora la evaluación de los resultados y de impacto de las actuaciones que se realizan.
- Eleva la motivación de las personas que participan en las actuaciones de sensibilización y prevención.
- Mayor accesibilidad a la información de los recursos en materia de prevención de violencia de género de los distintos colectivos de la población y en especial de la más joven.

C. Dificultades detectadas en la coordinación de actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

- Falta de compromiso y escasa implicación de las áreas que pueden colaborar y participar en el desarrollo de este tipo de actuaciones. En general, cuando se plantea la colaboración de otras áreas municipales, para lo cual se crean Mesas de Coordinación, se asignan tareas, sin embargo, no se asume la corresponsabilidad ni el liderazgo de quien tiene que desarrollarlas. Por ello, la creación de Mesas o Protocolos de Coordinación no es suficiente para que el funcionamiento sea el óptimo.
- Falta de liderazgo firme desde la Alcaldía, desde las Áreas y Direcciones Generales y, desde los puestos de más alta responsabilidad.
- Falta de continuidad del personal, tanto técnico como político, que está al frente de esta materia (igualdad y violencias machistas). Esta falta de continuidad genera un momento de "impasse" y una inversión de energía excesiva. Toda la formación, experiencia y el conocimiento que tiene la persona referente, se pierde si esta persona se marcha de su puesto, ya sea porque se jubile, cambie de departamento o porque abandone la organización.

- **Insuficiencia de personal** para desarrollar estos proyectos en todas las áreas.
- **Falta de sensibilización y formación** en esta materia del personal, tanto político como técnico.
- **Diferencias de prioridades**, ya que al participar distintas áreas municipales con competencias diferentes no se establecen las mismas prioridades.
- **Falta de flexibilidad** en los presupuestos. Cada área debería tener un porcentaje en su presupuesto para desarrollar proyectos de igualdad de género. También se podría plantear la posibilidad de que un área pudiera financiar a otra. Por ejemplo, si el área de Juventud en un determinado momento no tiene presupuesto para desarrollar un proyecto y otra área corresponsable en el mismo sí tiene, sería interesante que ésta pudiera financiarlo.

D.Recomendaciones para una mejora en la coordinación de actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género.

- **Aplicar la Perspectiva de género:**
 1. como elemento transversal de las políticas municipales en base a un Plan Estratégico aprobado por el ayuntamiento.
 2. en los diferentes proyectos e intervenciones municipales.
 3. definiendo una persona de referencia de cada área municipal, de manera que se cree una red de personal técnico con formación en género.
- Incorporar los instrumentos de coordinación y las actuaciones que se deriven de los mismos dentro de los **Planes de Igualdad**.
- **Revisar y analizar las actuaciones de coordinación que se han realizado previamente** en el municipio para no duplicar actuaciones.
- **Establecer objetivos claros en los espacios de coordinación** (ejemplo, Mesas de Coordinación) **favorece que se conviertan en espacios operativos**, donde es importante realizar un trabajo previo para reflexionar sobre cuáles son los objetivos que se pretenden. Con ello, por un lado, podemos conocer si se han llegado a cumplir los objetivos, si esos resultados eran los esperados, si puede implicar reajustes en el trabajo desarrollado por distintas áreas, etc., y por otro lado, evitamos que terminen siendo espacios de diálogos y generando desgaste del personal técnico y pérdida de interés de dicho espacio.
- **Establecer líneas de trabajo entre diferentes áreas de forma anual.** El establecimiento de objetivos concretos y finalidades posibles se deben priorizar en un calendario con las diferentes áreas municipales que participan en las actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género. Para ello, cada área debe establecer la responsabilidad y el compromiso en los proyectos compartidos, las tareas que asume y la viabilidad técnica y material de su desarrollo. Aunque, tal como hemos comentado, se recomienda una planificación anual de dicha coordinación, es positivo poder dar respuesta también a cuestiones no planificadas que pudieran surgir con otras áreas.
- **Compartir liderazgos** entre las distintas áreas municipales que participan y colaboran en las actuaciones de sensibilización y prevención de violencia de género (Igualdad, Educación, Cooperación, Juventud...). Es fundamental promover su implicación y que asuman y/o compartan el liderazgo. Sería recomendable plantear dicha participación/colaboración como una "tarea compartida".
- **Impulsar la representación política** en las Mesas de Coordinación con la finalidad de que el compromiso político sea efectivo.
- **Crear un espacio que favorezca la implicación y el compromiso de las áreas y servicios municipales** que constituyen las Mesas o cualquier instrumento de coordinación, puesto que esto aumenta su motivación e interés y facilita una buena coordinación y sintonía en el trabajo que se desarrolle.
- **Coordinación con el personal técnico** de otras áreas que tengan **experiencia de trabajo con la población** a la que va destinada la actuación.
- **Establecer compromisos para "pasar el testigo"** y generar relevos que faciliten que los aprendizajes desarrollados en el trabajo colaborativo se mantengan, independientemente de que el personal técnico que haya estado presente durante ese tiempo se marche o cambie de puesto, por ello es importante no solo la continuidad del personal sino la consolidación del mismo.
- **Plantear la formación:**
 1. como **requisito** necesario para el buen desarrollo de proyectos, y
 2. como **oportunidad** o mejora para los proyectos que se están realizando y la formación y calidad del trabajo del propio personal, ya que esto influirá positivamente en su carrera profesional.

Es importante vincular la formación con el beneficio que le supone al personal técnico en el desarrollo de su trabajo, ya que el vínculo creado entre una formación y el resultado que se obtiene en los proyectos que se realizan (formación aplicada) es vivido de forma más positiva por parte del personal que la recibe, incluso si es el propio personal técnico quien la propone (planteamiento desde la horizontalidad).

Aun teniendo en cuenta lo anterior, la formación debe ser obligatoria para el personal del ayuntamiento y la representación política, y no estar vinculada a peticiones del personal. Debe ser periódica y adaptada a la evolución de la temática, no teniendo por qué estar sujeta a las actuaciones de formación recogidas en los Planes vigentes en ese momento.

- **Desarrollar estrategias para implicar** progresivamente al conjunto de las **áreas municipales** y, especialmente, las que tienen **menos tradición** de implicarse en estas temáticas o en proyectos de estas características (Intervención, Urbanismo, Movilidad, Policía Local...).
- **Establecer otros niveles de coordinación** con entidades del Tercer Sector que trabajan en el ámbito de igualdad, el movimiento asociativo y con otros organismos como por ejemplo la Consejería de Educación, Guardia Civil...

d1- Alianzas imprescindibles.

Es importante establecer distintas alianzas que resultan imprescindibles en la coordinación de actuaciones relativas a la sensibilización y prevención de la violencia de género. Entre dichas alianzas destacamos las creadas con los centros educativos y el área de Juventud, por un lado, y asociaciones, organismos o entidades de la Educación no formal. En este sentido, proponemos, a continuación, algunas recomendaciones respecto a la coordinación con actividades en Educación:

- Habiendo detectado un contraste entre el número de alumnado que participa en actividades y talleres de sensibilización y prevención de violencia de género en los centros educativos y el alumnado total matriculado en los centros del municipio, puesto que este tipo de actuaciones no dejan de ser voluntarias, proponemos la necesidad de un Pacto, incluso a nivel estatal, para

que la coeducación pudiera conformarse como eje obligatorio, en todos los niveles, ya que se pueden hacer muchas actividades a nivel local, desde los ayuntamientos, pero si en cada comunidad no acompaña el currículum resulta complicado. Por otro lado, se podría plantear como posibilidad la elaboración de un Convenio entre administración local y regional/autonómica para poder abordar esta materia en los centros educativos.

- Aunque se pueda detectar un cierto "rechazo" a separar los grupos de chicas y chicos para poder abordar la violencia de género en los centros educativos, se recomienda desarrollar actividades con grupos, tanto mixtos como no mixtos, ya que el comportamiento y la actitud de unas y otros es muy diferente (sobre todo, cuando se trata de identificar la violencia) y los resultados que se obtienen cuando se separan son muy positivos.
- Crear una red coeducativa para mejorar la coordinación de las distintas actividades que se desarrollan en los propios centros educativos.
- Integrar el trabajo coeducativo y la igualdad a lo largo de todas las etapas escolares (desde infantil hasta secundaria).
- Intervenir con otros/as agentes del ámbito educativo, como son las monitoras y monitores deportivos, de actividades extraescolares,...
- Colaborar con el Centro de Formación del Profesorado para poder llevar a cabo la formación más enfocada al profesorado, ya que las actividades desarrolladas en los centros educativos suelen dirigirse únicamente al alumnado. Asimismo, es también fundamental trabajar con las AMPAS.
- Incorporar, en la medida de lo posible, otras figuras o agentes en los centros educativos que intervengan para trabajar esta materia. No podemos confiar únicamente en la buena voluntad del profesorado que quiera formarse.

3 GLOSARIO

A la hora de realizar cualquier actuación de sensibilización y prevención de violencia de género es importante tener en cuenta una serie de conceptos teóricos:

Sensibilización y Prevención.¹ La sensibilización y la prevención son diferentes estrategias de intervención social porque persiguen objetivos distintos, aunque estos son complementarios.

El objetivo de la Sensibilización es la implicación, tanto individual como colectiva, para combatir la violencia de género. El resultado deseable de la sensibilización es conseguir cambios en las creencias, actitudes y conductas, reduciendo el umbral de tolerancia ante la violencia e implicando a la ciudadanía. Para ello, a través de la sensibilización, se ha de visualizar e informar sobre esta problemática social. Cada persona debe estar correctamente informada para que, entendiendo lo que ocurre, pueda tomar una postura crítica ante la realidad y actuar para modificarla si lo considera oportuno. Es importante aclarar que sensibilizar no es solo informar, ya que la información es imprescindible, pero insuficiente. Se busca que las personas sean sensibles, es decir, tomen conciencia del problema para poder actuar frente a la violencia contra las mujeres. Algunas de las herramientas de sensibilización serían la publicidad (campañas que incluyen folletos, carteles, spots...), jornadas, actos conmemorativos, etc.

La Prevención va más allá de la sensibilización en los resultados que pretende. Actúa sobre las causas y no sólo sobre los efectos. Prevenir significa evitar que ocurra (que nadie tolere la violencia, que nadie la utilice y que nadie la sufra). En la prevención, la línea de actuación pasa necesariamente por la educación y la formación. Se trata de educar para la adquisición de conocimientos, valores, actitudes y competencias que eviten la violencia futura. Las actuaciones dentro de la prevención se establecen en diferentes niveles:

- Prevención Primaria. Su objetivo es evitar la aparición de patrones de la vida social, económica y cultural que contribuyan a aumentar el riesgo de violencia, es decir, controlando las causas y los factores de riesgo de la violencia de género. Las principales líneas de actuación serían la

información a la población sobre las causas y las consecuencias de la violencia y la coeducación.

- Prevención Secundaria. Su objetivo es reducir la prevalencia, mediante la detección y la intervención precoz para evitar consecuencias más graves. Las principales líneas de actuación serían la formación a profesionales y el empoderamiento de las mujeres.
- Prevención Terciaria. Su objetivo es reducir el progreso o las consecuencias de una situación de violencia de género, minimizando los efectos causados. Las principales líneas de actuación serían la creación y adecuación de los recursos, medidas de acción positiva y el apoyo a las víctimas.

Es fundamental distinguir estas dos estrategias de intervención, ya que, en la actualidad, las intervenciones preventivas más frecuentes se basan en campañas de sensibilización y confundir sensibilizar con prevenir resta eficacia a la actuación de una y de otra estrategia.

Género. Hace referencia a los papeles, comportamientos, actividades y atribuciones socialmente construidos que una sociedad concreta considera propios de mujeres o de hombres. El género es una variable de base sobre la que actúan las otras dimensiones generadoras de diferencias (etnia, edad, nivel educativo, clase social, ingresos, condición rural o urbana, etc.), por lo que los frenos y transformaciones en el ámbito de género influyen en las otras y viceversa. El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales, es una construcción social que supone un conjunto de acuerdos tácitos o explícitos elaborados por una comunidad determinada en un momento histórico determinado y que impregna los procesos de enseñanza-aprendizaje. El género, por tanto, constituye la construcción social y cultural que define las diferentes características emocionales, afectivas, intelectuales, así como los comportamientos que cada sociedad establece como propios y naturales de hombres o de mujeres, aportando el valor y el significado que se les asigna. Como tal construcción social cambiará según el lugar y el momento.

¹ *Guía para Sensibilizar y Prevenir desde las Entidades Locales la Violencia contra las Mujeres. FEMP (2007). Instituto de la Mujer.*

Estereotipos de género. Los estereotipos de género son aquellas ideas simplificadas, pero fuertemente asumidas, sobre las características de las mujeres y de los hombres.

Roles de género. Los roles de género son aquellas capacidades, actitudes, limitaciones, creencias, valores y comportamientos que la sociedad establece como adecuados y convenientes para cada género. Asimismo, van a establecer la contribución social y el papel que desempeñan, siendo el espacio público y productivo el que se adjudica a los hombres y el ámbito privado y reproductivo a las mujeres. Así las tareas “propias” de las mujeres estarán relacionadas con la crianza, el cuidado y el sostén afectivo dentro del ámbito doméstico, mientras que las “propias” de los hombres estarán relacionadas con la organización y sustento económico. Además, los roles de género definen también el prestigio y la importancia de hombres y mujeres en el esquema social. Esto tiene que ver, por ejemplo, con dar a una misma actividad una importancia diferente según la hagan hombres o mujeres.

Igualdad de género. Se define como “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños”. La igualdad no significa que los hombres y las mujeres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron. La igualdad de género supone que se tengan en cuenta los intereses, las necesidades y las prioridades tanto de las mujeres como de los hombres, reconociéndose la diversidad de ambos grupos (UNESCO).

Interseccionalidad. La interseccionalidad es un elemento de reflexión y análisis que permite explicar y constatar cómo además del sexo, existen otras fuentes estructurales de discriminación (edad, diversidad funcional, nivel socioeconómico, situación administrativa, diversidad sexual y de género, procedencia, etnia, etc.) que interactúan y mantienen relaciones recíprocas. Aunque todavía la normativa existente en materia de igualdad no hace una referencia explícita a la interseccionalidad, cada vez está más extendido que

las políticas de igualdad, que son su expresión práctica, incorporen todas las desigualdades posibles y el impacto que la intersección de ellas causa en las personas, para poder dar una respuesta más adecuada e integral.²

Perspectiva de género. La perspectiva de género implica reconocer:

- Las relaciones de poder que se dan entre los géneros, en general, favorables para los hombres y discriminatorias para las mujeres.
- Que dichas relaciones son social e históricamente constituidas y que son constitutivas de las personas.
- Que las mismas atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales como las de clase social, edad, religión, etnia, etc.

Transversalidad de género. La transversalidad de género consiste en integrar la perspectiva de género en el conjunto de políticas.

Violencia contra la mujer o violencia de género. El Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra la mujer y la violencia doméstica, de 11 de mayo de 2011, también conocido por Convenio de Estambul, ratificado por España el 18 de marzo de 2014 y en vigor desde el 1 de agosto del mismo año, es el primer documento vinculante, en el ámbito europeo, sobre la violencia contra la mujer que introduce mecanismos para garantizar su cumplimiento. Según dicho Convenio se entiende por “violencia contra la mujer” una violación de los derechos humanos y una forma de discriminación contra las mujeres, y se designarán todos los actos de violencia basados en el género que implican o pueden implicar para las mujeres daños o sufrimientos de naturaleza física, sexual, psicológica o económica, incluidas las amenazas de realizar dichos actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, en la vida pública o privada.

² IV Plan para la Igualdad de Género en Vitoria-Gasteiz (2018-2021).



Red temática
“Ciudades igualitarias y libres de
violencia de género”

NO8DO

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Igualdad, Educación, Participación Ciudadana
y Coordinación de Distritos



Pacto de Estado
contra la violencia de género

