
10

PASOS PARA CREAR CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN CENTROS EDUCATIVOS

PROYECTO: +IGUALES: HERRAMIENTAS DIDÁCTICAS PARA PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN PARA LA PREVENCIÓN, CONCIENCIACIÓN Y LUCHA CONTRA TODA FORMA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LA ADOLESCENCIA Y JUVENTUD.



HOJA DE RUTA

¿QUÉ ES UNA HOJA DE RUTA?

Una hoja de ruta es una guía detallada que proporciona una visión general y secuencial de los pasos a seguir para lograr un objetivo, en específico, esta herramienta servirá como una brújula para la creación de campañas de sensibilización contra la violencia de género en entornos escolares



¿PARA QUÉ SIRVE ESTE DOCUMENTO?

¡Muy fácil! ¿Alguna vez te habías planteado la posibilidad de hacer una campaña de comunicación pero no sabías por dónde empezar? Con este documento podrás seguir paso a paso los distintos elementos que te permitirán concienciar a la comunidad educativa en la prevención de la violencia de género.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Este documento va dirigido al personal docente que quiera promover y generar una campaña de comunicación y sensibilización junto a su alumnado, para que se conviertan en agentes de cambio dentro de la comunidad educativa.



CONTEXTO

España, como muchos otros países, enfrenta desafíos significativos en relación con la violencia de género. A pesar de los avances legislativos y sociales, la violencia de género persiste en diversas formas, afectando a mujeres en todos los ámbitos de la sociedad, incluido el entorno educativo. Los centros escolares no son ajenos a esta problemática, y es imperativo abordarla desde la raíz para fomentar entornos seguros y respetuosos.

En el ámbito educativo, la violencia de género puede manifestarse de manera más o menos sutil pero igualmente perjudicial, afectando a estudiantes, docentes y personal de apoyo de la comunidad educativa. La discriminación, los estereotipos de género arraigados y las conductas violentas impactan negativamente en el desarrollo

académico y emocional de las y los jóvenes. Por lo tanto, es esencial implementar estrategias de sensibilización que eduquen, empoderen y fomenten la igualdad de género desde las aulas.

Además, la Estrategia Nacional se detiene de forma expresa en la población juvenil y adolescente, señalando la importancia de realizar acciones preventivas y educativas para visibilizar las diferentes formas de violencias contra las mujeres con el fin de eliminarlas progresivamente de la sociedad.

A continuación te vamos a dar unas pautas sencillas y simples con las cuales podrás **lograr la realización de una campaña de sensibilización con el alumnado contra la violencia de género.**



Fuente: Proyecto JovenesDespiertos. (2022)

1. La Estrategia Estatal para la erradicación de la violencia contra las mujeres en España 2022/2025 es un documento estratégico elaborado por la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género que tiene como objetivo proporcionar un marco de referencia. Puedes acceder a documento en: <https://shorturl.at/fsxMS>

PASO 1: INVESTIGA Y CONOCE MÁS DE LA MATERIA

¿De qué hablamos cuando hablamos de violencia de género? ¿Qué violencias de género reconoce la ley? ¿Cuáles deja fuera? ¿Cómo nos afectan a las y los adolescentes? ¿Sabemos identificar cuando sufrimos violencia? ¿Y cuando la ejercemos? ¿De qué creen que es importante hablar en relación a la violencia de género? ¿Qué pasa cuando las mujeres jóvenes sufren violencia?

Este primer paso ayudará tanto al alumnado como al profesorado entrar en materia, conocer cuales son las temáticas que están trabajando y además marcará cuál es el espacio que se quiere incidir en la campaña, puesto que es imprescindible adquirir conocimiento de cómo identificar y detectar las diferentes violencias hacia las mujeres para elegir el tema o idea fuerza de nuestra campaña

Conocer en profundidad los conceptos básicos de violencia de género, y sobre todo las formas de violencia que más afectan a las adolescentes es una información que te servirá para empezar a articular la campaña de comunicación.



Ilustración de ONU Mujeres (2019)

PASO 2: DEFINIR LOS OBJETIVOS

¿Qué pretendemos alcanzar con nuestra campaña? ¿Para qué hacemos una campaña?

Una vez que tengamos más o menos claro qué temática se quiere abordar, marcaremos unos objetivos medibles que nos ayudarán a enfocar la concientización y el compromiso del alumnado en la prevención de la violencia de género.

Hablar de violencias de género es un terreno muy amplio así que la primera recomendación es aterrizar el tema partiendo de las experiencias personales o más cercanas de tu alumnado. Hay que hablar de lo que sabemos y en este caso, implica darle prioridad a las violencias de género que más afectan a las mujeres jóvenes (en la franja de edad del alumnado con el que estés trabajando).

OBJETIVOS

- Puede concienciar sobre la importancia de erradicar la violencia contra las mujeres,
- Puede ayudar a prevenir aumentando la sensibilización de la violencia de género en los centros educativos
- Puede educar, transmitiendo mensajes didácticos, prácticas y educativos que ayuden al alumnado, como por ejemplo un decálogo de conceptos.
- Puede buscar transformar la realidad, un cambio cultural y social en el entorno educativo, buscando establecer normas de respeto e igualdad.
- Puede buscar la participación de la comunidad, con un llamado a la acción.

Estos objetivos se formulan para que sean medibles y acotados en el tiempo, lo que nos ayudarán a evaluar cómo ha sido la iniciativa. Por ejemplo, un objetivo para una campaña de sensibilización sería; concienciar al alumnado de primero de la ESO acerca de la importancia de la erradicación de la violencia contra las mujeres durante el segundo trimestre.

En este punto, busca ejemplos de campañas inspiradoras y analiza con el alumnado cuáles han sido las prioridades o los objetivos de estas campañas en base a la clasificación de 5 tipos de objetivos. Puedes añadirle complejidad al análisis reflexionado sobre:

*¿Qué tipo de objetivo tiene?
¿A quién se dirigen? ¿A quién interpela?
¿Quién es protagonista?*

Te dejamos algunos ejemplos:



Amigo Date Cuenta

<https://youtu.be/M1hkKfXdQn8?feature=shared>

Libres de Violencia

<https://youtu.be/3fO4fz-eFN8?feature=shared>

Las calles son nuestras

<https://youtu.be/tB6GH2399Ww?feature=shared>

Performance: Un violador en tu camino

<https://youtu.be/aB7r6hdo3W4?feature=shared>

PASO 3: DECIDE EL PÚBLICO OBJETIVO

¿Quién es nuestro público objetivo? ¿Quiénes son las personas que queremos alcanzar? ¿Es una campaña para todo el centro educativo o va específicamente para los del último año? ¿incluyes al AMPA, al profesorado?

A la hora de realizar una campaña de comunicación es muy importante identificar a qué personas va dirigida, saber cuales son su perfiles, intereses, formas de comunicación, hábitos y horarios nos ayudará a que el mensaje de la campaña llegue a este público diana. Debes investigar un poco y conocer a tu público.

Como sabemos, esto es una herramienta de construcción y participativa, la cual se crea a través del alumnado y profesorado en el aula. El proceso por sí mismo ya es una herramienta de concienciación con el grupo con el que trabajas, pero igualmente si quieres potenciar la herramienta es importante que pienses más allá de tu aula. Por ello, es el momento de decidir a qué personas de la comunidad educativa quieres hacerles llegar tu campaña; pueden ser, adolescentes menores, madres y padres, directores, la junta educativa, barrio, etc. Existen muchos públicos a quienes puedes lanzarle el mensaje.

PASO 4: DECIDE QUÉ VAMOS A HACER

¿Cuál es nuestro mensaje? ¿en qué queremos incidir y por qué es importante hacerlo?

En este punto dejaremos que el alumnado crea su propia narrativa, cuáles son los mensajes que quieren expresar, fomentando su creatividad y libertad de expresión.

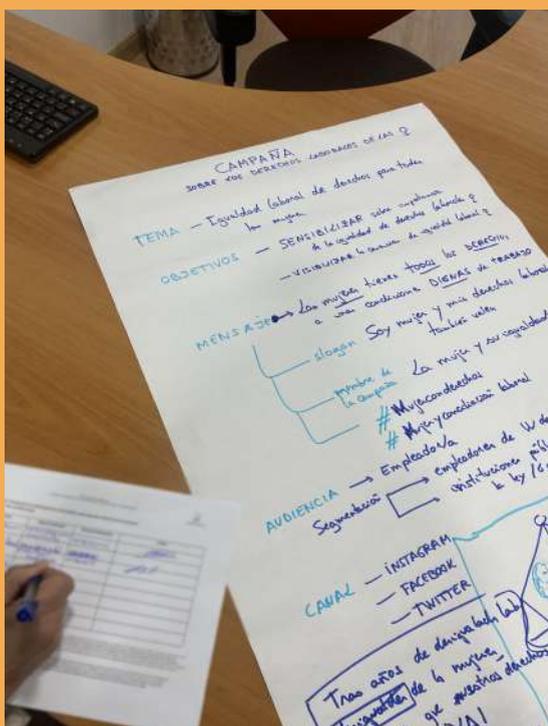
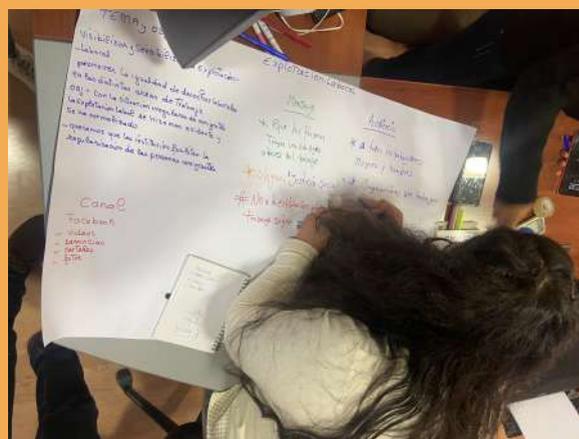
Es muy importante que el profesorado y lxs participantes comprendan las complejidades de los roles de géneros en la participación, los estereotipos en la representación de las imágenes y la importancia de la utilización del lenguaje inclusivo.

¿Por qué? El lenguaje no es neutro. Está cargado de sesgos culturales, muchos de ellos discriminatorios. Es importante utilizar un lenguaje que incluya a todas las personas y no invisibiliza a colectivos que sufren desigualdad, como son las mujeres o la comunidad LGBTIQ.

Os proponemos un ejercicio que puede ser muy divertido para implementar en clase. Es una metodología participativa que se utiliza para la construcción de conceptos y definición de problemas, en este caso para elegir el mensaje.

EJERCICIO

En primer lugar, reparte un post-it para cada uno de las personas, en el tienen que escribir en qué les gustaría incidir en relación a lo que han investigado. Una vez escrito, se van añadiendo esos post-it a una pared gigante, donde la profesora los va ir leyendo y apuntando aquellas que se repiten, además de generar un espacio para que se trabaje de manera colectiva el mensaje, planteando qué mensaje y qué contenidos quieres comunicar.



Hacer un brainstorming para crear una batería de primeros eslóganes, hashtag o propuestas en 120 caracteres de cada uno de los grandes temas que salgan en este ejercicio suele ser muy útil y divertido, porque las ideas generan más ideas.

Una vez decidan qué bloque eligen, deben seleccionar colectivamente un hashtag principal que resuma la idea fuerza de la campaña. Después lo acompañaremos de otros mensajes, copys, propuestas, pero todo debe tener un mismo eje temático.

Fuente: Taller de comunicación participativa. Proyecto Zaidin Comunica y Media 2.0 (2023)

PASO 5: CREACIÓN DE CONTENIDO

¿En qué formato lo realizaremos? ¿Haremos un video? ¿Una pancarta? ¿Un mural? ¿Una infografía? ¿memes ,giff? ¿Un poco de todo? ¿Charlas o debates? ¿Una acción de calle (o patio??) ¿Cómo usaremos las redes?

Existen mil maneras de transmitir nuestra campaña de comunicación Se pueden utilizar formatos visuales y narrativos que lleguen al público objetivo escogido, la creatividad e innovación son la clave así que incentiva a lxs estudiantes a que piensen fuera de lo normativo, impulsando su creatividad y conocimiento en la importancia de la prevención a la violencia de género.

A la hora de elegir qué tipo de materiales, formatos y contenidos vamos a crear debemos pensar:

- Primero si son viables para realizarlos por nuestra cuenta, con autonomía dentro del aula, o necesitamos agentes o profesionales externos
- Segundo, si son adecuados para llegar al público objetivo que hemos elegido
- Tercero, sobre todo en el caso de que elijamos varios formatos, pensar de manera estratégica si el mensaje se amplía entre ellos, si se complementa y si tiene sentido dentro de la idea fuerza que definimos en pasos anteriores.

La combinación es la clave; **impulsar campañas a través de las redes sociales como acciones en el aula son vitales para llegar a un público más amplio.** Ambas partes son iguales, lo importante es que sea un proceso participativo y que incluyas siempre al público.

Recuerda que a la hora de crear y desarrollar los formatos visuales, ya sea un video, fotografías, dibujos o pancartas tengamos en cuenta la diversidad cultural y de género que existe en los centros educativos y el mundo.

PASO 6: PLANIFICAMOS

¿Cuándo lanzamos la campaña? ¿Existen días que ayuden a visibilizar nuestra campaña como el 25 noviembre o el 8 de marzo? ¿Cuántos recursos tengo? ¿Cuáles son (humanos, materiales, económicos, etc)?

Una vez que tengamos pensado la base de la campaña, ahora nos queda decidir cuándo son los momentos claves para lanzarla y cuáles son los recursos necesarios para llevar a cabo la planificación acordada. Por ejemplo, a nivel nacional e internacional se suelen realizar campañas para la erradicación de la violencia hacia las mujeres en torno al 25 de noviembre, por consiguiente lanzarla en estas fechas es una buena idea, ya que suele haber mucha más apertura para recibir este tipo de mensajes.

Antes de nada, averigua si en el centro en el que trabajas se realiza algún tipo de evento o actividad en estas fechas señaladas, si la campaña puede sumar a estas actividades, e incluso si crees que puede inspirar al resto.

De cualquier forma, este es un tema que debería visibilizarse todo el año, así que no te preocupes si no te cuadra el calendario. En algunas ocasiones incluso es mejor ampliar a otras fechas, ya que el exceso de campañas en las mismas fechas puede invisibilizar algunos de los mensajes.

La recomendación es hacerla los días antes del 25N, para posicionar el tema antes y favorecer las movilizaciones el propio día. O los días siguientes, durante los llamados 16 días de activismo por los derechos y contra las violencias de género, que va desde el 25 de Noviembre hasta el 10 de diciembre.

Para las campañas de comunicación que se realizan en equipo, es importante tener un reparto de responsabilidades entre las personas implicadas de manera equitativa e igualitaria. Reúne al equipo y diversifica las tareas.

Empieza a diseñar tu calendario de acciones donde quede claro las responsabilidades de cada grupo de trabajo.



Fuente: Post en Facebook de ASAD Guatemala para el 25N (2023)

PASO 7: EJECUTAMOS



Fuente: Proyecto Zaidín Comunica y Media 2.0 (2023)

Ahora si que si, llegó el momento de ejecutar la campaña. Implementa, diviértete en el proceso y recuerda crear espacios seguros para el diálogo abierto sobre la violencia contra las mujeres, promoviendo la participación activa del profesorado y alumnado en conversaciones significativas.

Toma fotos de todo el proceso, habla con las y los implicados, por ejemplo, si haces un mural sería bueno recabar impresiones sobre el mismo, igual con los videos, pancartas, acciones activistas... etc

PASO 8: EVALUACIÓN

¿Cómo ha ido la campaña? ¿ha tenido el efecto que nosotras queríamos? ¿El mensaje se entendió?

La evaluación y retroalimentación son cruciales para medir el impacto de la campaña. Para ello, volvemos a los objetivos que nos planteamos al principio y vemos en qué medida los hemos conseguido. **Esto nos permitirá aprender para futuras campañas cuales son los aciertos y errores implementados.**

PASO 9: REUTILIZA

Sí, en efecto, sí la campaña ha tenido buena acogida y has conseguido los objetivos planteados es hora de que plantees la sostenibilidad de la campaña e iniciativas contra la violencia de género en entornos educativos, garantizando que los esfuerzos perduren a largo plazo.

Por ejemplo, puedes enseñar a otra clase este primer ejemplo y promover que se crea otro, o incluso puedes cambiar de público objetivo, y ahora el mismo mensaje tienes que comunicarnos a las familias o tutores del alumnado con nuevas formas y herramientas, ya que las campañas de comunicación son una mezcla entre planificación y creatividad.

PASO 10: AHORA ES TU TURNO

Sí has leído todos estos pasos, pero aún no sabes como ni donde empezar, no te preocupes te proponemos que comiences con esta iniciativa que se está llevando a cabo en el año escolar 2023/2024 en los centros educativos de España:

Campaña de sensibilización en Centros Educativos "Construyendo Muros contra la violencia de género", realizada por la consejería de Castilla la Mancha.

<https://shorturl.at/nqQTW>

PROYECTO: +IGUALES: HERRAMIENTAS DIDÁCTICAS PARA
PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN PARA LA PREVENCIÓN, CONCIENCIACIÓN
Y LUCHA CONTRA TODA FORMA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN
LA ADOLESCENCIA Y JUVENTUD.