

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIARELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

La hostelería se suma al Gobierno y ayuntamientos en la lucha contra las agresiones sexistas en las fiestas locales

La consejera Olo ha presentado una nueva edición de la campaña “Y en fiestas... ¿Qué?”, que promueve el rechazo social de este tipo de comportamientos

Lunes, 23 de mayo de 2016

El Instituto Navarro para la Igualdad (INAI), en colaboración con ayuntamientos y establecimientos de hostelería, ha reeditado un año más su campaña [“Y en fiestas... ¿qué?”](#), con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía contra las agresiones sexuales y el acoso a las mujeres durante las fiestas locales que se celebran, mayoritariamente, en periodo estival en Navarra, y en las que existe una mayor permisividad hacia estas actitudes. Cabe señalar que entre junio y septiembre del pasado año se presentaron 21 denuncias por violencia sexual de las que 17 correspondían a mujeres jóvenes (14-30 años),

La iniciativa ha sido [presentada](#) hoy por la consejera de Relaciones Ciudadanas e Institucionales, Ana Olo, durante un encuentro informativo en el que, además, se ha abordado el papel de los medios de comunicación en el tratamiento de las noticias relacionadas con la violencia hacia las mujeres, con una sesión formativa a cargo de June Fernández Casete, experta en comunicación con enfoque de género. En el encuentro ha participado igualmente la directora gerente del INAI, Mertxe Leránoz.

Según ha explicado Ana Olo, la campaña, cuyo lema es “El NO sigue siendo NO” está abierta a la participación de los ayuntamientos. Para ello, se ha editado un nuevo cartel cuyo diseño incluye, como en años anteriores la imagen de una mano roja como símbolo del rechazo a la violencia de género en las fiestas locales, junto con una imagen que



Cartel de la campaña.

representa a las mujeres en su diversidad. El cartel se pondrá a disposición de los municipios adheridos, para que puedan difundirlo en diferentes soportes: programas festivos, calendarios, etc. En 2015 se adherieron a la campaña un total de 111 ayuntamientos y concejos (un 22,7% más que en 2014), con un impacto sobre la población navarra del 84,65% en mujeres y 83% en hombres.

Este año, se cuenta, además, con la implicación de los establecimientos de hostelería para visibilizar en estos espacios de ocio dicho mensaje. Para ello se han editado 2.000 adhesivos que contienen la imagen de la campaña adaptada así como el mensaje “No es no, vive las fiestas desde el respeto”. Este material se distribuirá entre los establecimientos a través de las asociaciones de hostelería, y también se pondrán a disposición de los establecimientos no asociados.

Tanto Ana Olo como Mertxe Lerános han resaltado que la violencia de género es un síntoma de desigualdad social, por lo que resulta imprescindible avanzar en esta cuestión para erradicar este tipo de comportamientos.

Difusión en los medios de comunicación

Además, se ha diseñado una campaña de difusión en los medios de comunicación, como refuerzo y apoyo al mensaje de rechazo a la violencia contra las mujeres en el entorno festivo y de ocio, y de disfrute de las fiestas en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres.

En concreto, está prevista la elaboración y difusión de mensajes informativos en medios de comunicación y en el portal del Gobierno de Navarra, www.navarra.es.

Igualmente, se pondrá a disposición de entidades, asociaciones y ciudadanía general el símbolo de la mano roja, y se distribuirán 600 broches con dicha imagen.

El tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres

Durante la jornada, se ha resaltado el papel que los medios de comunicación tienen como agentes socializadores y de transmisión y cambio de los valores de la sociedad, y su responsabilidad en el tratamiento de las noticias sobre violencia contra las mujeres, que ha de abordarse con rigor, promoviendo la sensibilización y el rechazo social, Y apoyando a las víctimas y su entorno.

Así, tras la presentación de la campaña, la experta en comunicación de noticias con enfoque de género June Fernández Casete ha mantenido una sesión formativa con alrededor de 30 periodistas con el objetivo de abrir espacios de reflexión sobre el modelo de información en este ámbito.

June Fernández ha ofrecido una serie de datos que reflejan la desigualdad de género en el ámbito informativo: en España, únicamente el 26% de las noticias tienen como protagonistas a las mujeres, y casi la mitad (46%) reflejan estereotipos de género, en parte debido a las dificultades de los medios para contar con expertas para elaborar las informaciones. Ha apuntado como dato preocupante que el 91% de las personas que aparecen como expertas son hombres, que son quienes “explican la realidad”, quedando reducido el papel de la mujer a la opinión popular o al relato personal.

La ponente ha aludido a otro debate recurrente, como es el logro que supone la información sobre violencia machista, pero que conlleva el peligro de que sólo se vea a las mujeres como víctimas. Así, se considera contraproducente si únicamente se centra en los detalles escabrosos, o se hace hincapié en las falsas denuncias, lo que debería contrarrestarse con incluir información sobre las causas, consecuencias penales, muestras de repulsa social, soluciones, expertos que contextualicen la situación, etc.

June Fernández ha señalado que afortunadamente se ha avanzado en aspectos como el uso del vocabulario: “violencia doméstica” o “crimen pasional” son términos en desuso, pero que todavía falta consenso en cuanto a los modos de informar, citando como recomendación que sean los propios periodistas los que elaboren conjuntamente un código ético que rijan la difusión de noticias sobre violencia contra las mujeres.

Ha finalizado su intervención con una serie de propuestas para elaborar dichas informaciones,

como recurrir siempre a personas especializadas de referencia, elaborar un directorio de fuentes expertas, disponer de un banco de imágenes no sexistas, informar sobre recursos públicos y de asociaciones, utilizar polémicas puntuales para sensibilizar sobre la violencia machista e igualdad, visibilizar a las mujeres en las fiestas pero que no sean sólo protagonistas en las noticias sobre violencia, y buscar enfoques positivos, entre otras.