

# ANEXO

## Violencia de Género. Análisis del impacto de una campaña del Instituto Andaluz de la Mujer



**Universidad de Sevilla**  
Facultad de Comunicación  
Grado en Periodismo  
Trabajo de Fin de Grado  
Sevilla 2016

Autora: Cristina Míguez Aguilar  
Tutora: Dra. M<sup>a</sup> Inés Méndez Majuelos

## Ficha de análisis

<b>Aspectos técnicos</b>	<b>BLOQUE I: Datos de identificación</b>	<b>BLOQUE II: Aspectos generales del documento</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ficha N°</li> <li>-Titular</li> <li>-Nombre del medio</li> <li>-Fecha</li> <li>-Sección/Apartado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ámbito de difusión</li> <li>-Origen</li> <li>-Autor</li> <li>-Ubicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Apoyo gráfico</li> <li>-Tamaño</li> <li>-Antetítulo, subtítulo</li> <li>-Fuentes</li> <li>-Género</li> <li>-Compartido</li> </ul>

<b>BLOQUE III: Aspectos generales del contenido</b>	<b>COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tema</li> <li>-Resumen</li> <li>-Tipo titular</li> <li>-Estructura</li> </ul> <p><b><u>Contenido:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Contenido informativo</li> <li>-Contenido Interpretativo</li> <li>-Contenido opinativo</li> </ul> <p><b><u>Lenguaje:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Informativo</li> <li>-Interpretativo</li> <li>-Opinativo</li> </ul> <p><b><u>Aspectos gráficos:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Fotografía:</li> </ul>	

### VIVIR EN IGUALDAD

## La campaña 'Sí, es amor' quiere prevenir la violencia de género entre los jóvenes

La iniciativa pretende combatir elementos de dominio y de control. Un estudio del IAM refleja que el 65% de adolescentes presenta sexismo



El estudio Detecta del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) refleja que el 65% de los adolescentes de entre 14 y 16 años presentan sexismo, con afirmaciones como que "lo normal es que el hombre proteja a la mujer", que "nadie como las mujeres sabe criar a los hijos" o que "los celos son una prueba de amor".

Para prevenir la violencia de género en la juventud, la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía ha puesto en marcha la campaña de concienciación *Sí, es amor*. La Delegación de Igualdad subraya la "necesidad de seguir educando en valores igualitarios para que la juventud destierre las actitudes y pensamientos machistas que sustentan la violencia, y que aún se perpetúan en los adolescentes".

La psicoterapeuta del IAM en Córdoba Inmaculada Palencia señala que "nuestras adolescentes consumen series y programas de televisión y cine en los que, de manera abierta o encubierta, se sigue presentando un modelo de pareja bastante desigual. El uso que estas jóvenes le dan a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) cuando están en una relación con violencia de género es muy negativo, pasando estas tecnologías de ser un medio para comunicarse a otro para ejercer el control, el dominio y el aislamiento. Contrarrestar esta enorme influencia con programas educativos, de formación y de sensibilización a las menores, está resultando una difícil tarea. Las menores nos están enseñando que, en lo interno, los cambios son más lentos y difíciles que en lo externo".

La Junta señala que en lo que va de año, el porcentaje de víctimas de violencia ha bajado al 10% en Andalucía, unos datos positivos pero que deben valorarse con prudencia. En años anteriores, la cifra de víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaba entre el 25% y el 30% del total. Por lo que sigue siendo necesario trabajar en la prevención. Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo de la campaña *Sí, es amor*, que da continuidad a la acción impulsada el pasado año, llamada *No es amor, rompe con la desigualdad*, con la que se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja. A través de esta campaña se pretende enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados. La campaña, además de difundirse en las

redes sociales, llegará a los más jóvenes con charlas divulgativas que se impartirán en unos 80 institutos andaluces (10 en Córdoba). En lo que se refiere al desarrollo de la campaña, se utilizarán las redes sociales del IAM y del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) (portales web y perfiles de twitter y facebook) como principal vía de difusión, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°: 1**

**-Titular:** La campaña “Sí, es amor” quiere prevenir la violencia de género entre los jóvenes

**-Nombre del medio/entidad:** Diario Córdoba

**-Fecha:** 02/12/2014

**-Sección/apartado:** Local

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** provincia de Córdoba

**-Origen:** Periodista

**-Autor:** R.M.J

**-Ubicación:** Córdoba

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** el documento va acompañado de una fotografía situada en el centro de la noticia.

**-Tamaño:** Una página

**-Antetítulo, subtítulo:** este documento consta de un titular en el que va incluido un antetítulo, un título y un subtítulo. El antetítulo es “VIVIR EN IGUALDAD”, y el subtítulo “*La iniciativa pretende combatir elementos de dominio y de control. Un estudio del IAM refleja que el 65% de adolescentes presenta sexismo*”.

**-Fuentes:** las fuentes que se han utilizado para la elaboración de esta noticia son las siguientes:

- Informe Detecta del Instituto Andaluz de la Mujer: fuente documental, ocasional, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.
- la Junta de Andalucía: fuente documental, habitual, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.
- Inmaculada Palencia, colaboradora del IAM Córdoba: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** Noticia

**-Compartido:** da opción pero no datos

### **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

- Tema:** Informa sobre la campaña lanzada por el IAM sobre sexismo entre la juventud
- Resumen:** El Instituto Andaluz de la Mujer pone en marcha una campaña llamada “Sí, es amor” con la que pretende prevenir la violencia de género entre los jóvenes. Esta iniciativa será distribuida a través de las redes sociales a la vez que se impartirán charlas en varios institutos de Andalucía.
- Tipo titular:** Interpretativo, ya que el autor de la noticia habla de lo que pretende conseguir el IAM con la campaña lanzada.
- Estructura:** la noticia consta de titular, dentro del cual hay un antetítulo, un título y un subtítulo, una entradilla y el cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

- Contenido Informativo:** la mayor parte de la noticia es de contenido informativo, se ofrecen datos exactos de porcentajes como por ejemplo que el 65% de los adolescentes muestran señales de sexismo, o que las víctimas en Andalucía por violencia de género han bajado un 10%. A su vez, el autor proporciona información sobre la campaña, hablando de lo que pretende conseguir y de la forma en la que se va a llevar a cabo su difusión.
- Contenido Interpretativo:** la noticia tiene contenido interpretativo y explicativo puesto que habla de los antecedentes de la campaña, del estudio del cual ha salido, así como de las víctimas por violencia de género en Andalucía, introduciendo datos contextualizadores.
- Contenido Opinativo:** encontramos opinión por parte del autor ya que en un momento de la noticia opina sobre los datos del porcentaje de víctimas.

### **Lenguaje:**

- Informativo:** contiene lenguaje informativo en tanto que describe la campaña.
- Interpretativo:** también tiene lenguaje interpretativo en las declaraciones que utiliza el autor, y también dentro de la noticia, con frases como “*sigue siendo necesario trabajar en la prevención*”.
- Opinativo:** utilización de frases como “*unos datos positivos pero que deben valorarse con prudencia*”, o en una de las declaraciones, cuando dice “*es muy negativo(...)*”.

### **Aspectos gráficos:**

- Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía en la que se muestra a Isabel Baena, delegada provincial de la Consejería de Salud y Bienestar en Córdoba; Alberto Mayoral, el entonces coordinador provincial del Instituto Andaluz de la Juventud de la misma provincia; y Mercedes Bermúdez, la antigua coordinadora provincial del Instituto Andaluz de la Mujer en Córdoba, presentando la campaña “Sí, es amor”. Fotografía realizada por Sanchez Moreno.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** es una noticia bien redactada, en la que se incluyen datos, fuentes fiables y declaraciones de personalidades que tienen relación con el

tema. No obstante, la noticia se sitúa dentro del periódico en la sección 'local', donde se incluyen todo tipo de noticias de diferente temática mezclada entre sí, por lo que no es una noticia que el medio quiera destacar. El medio tampoco da información sobre si dicha noticia se ha compartido por las redes sociales. En su página de Facebook tampoco se encuentra la noticia. Se podría decir que el medio de comunicación Diario Córdoba no le ha dado mucha importancia a la difusión de esta noticia, puesto que no se ha preocupado de hacerla visible y moverla entre las redes sociales, que es la finalidad de la campaña de la que habla. En cuanto al contenido y el lenguaje de la noticia, encontramos contenido interpretativo, ya que el autor no se centra únicamente en informar sobre la campaña sino que introduce declaraciones en las que se observan interpretaciones de las personalidades que tienen que ver con las campañas e interpretaciones propias del autor, también introduce más datos estadísticos para ampliar la información de la noticia.

20 minutos

## **La Junta pone en marcha la campaña 'Sí, es amor' para la prevención de la violencia de género en la juventud**

Impulsada por el IAM y el IAJ, quiere llegar más de 24.000 jóvenes a través de las redes sociales, medios de comunicación y talleres

Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo principal de la campaña 'Sí, es amor' que ha presentado este viernes la consejera de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, María José Sánchez Rubio. La iniciativa, impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ), pretende promover entre la juventud andaluza unas relaciones sentimentales sanas e igualitarias, concienciando a este sector de la población sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.



Según ha explicado la consejera, 'Sí es amor' da continuidad a la acción impulsada el pasado año por los referidos organismos, bajo el lema 'No es amor, rompe con la desigualdad', con la que se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja. 'Sí, es amor' permite

complementar la anterior campaña, al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de

conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados. Para Sánchez Rubio, la apuesta por la igualdad sigue siendo clara desde Andalucía, con medidas que refuerzan la prevención, concienciación y sensibilización y con un presupuesto que persigue erradicar la feminización de la pobreza, frente a los recortes del Ejecutivo central, que acumula un 22 por ciento de descensos en prevención de violencia de género y un 33 por ciento en políticas de igualdad en los dos últimos años. Sánchez Rubio ha señalado la importancia de dar una continuidad a las campañas de concienciación en la juventud para mantener la tendencia al descenso que se ha registrado en el último año en las cifras de violencia de género en este sector de la población. Así, mientras en años anteriores la cifra de víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaba entre el 25 y el 30 por ciento del total de víctimas de violencia machista, en lo que va de 2014 el porcentaje ha bajado al diez por ciento en Andalucía. Junto a ello, ha subrayado la "necesidad de seguir educando" en valores igualitarios para que la juventud "destierre" las actitudes y pensamientos machistas que sustentan la violencia, y que aún se perpetúan en la población adolescente. Según el estudio Detecta del IAM, el 65 por ciento de las personas adolescentes de entre 14 y 16 años presentan sexismo, con afirmaciones como que "lo normal es que el hombre proteja a la mujer" (60%), que "nadie como las mujeres sabe criar a sus hijos" (45,5%) o que "los celos son una prueba de amor" (51%). En lo que se refiere al desarrollo de la campaña, se utilizarán las redes sociales del IAM y el IAJ (portales web y perfiles de Twitter y Facebook) como principal vía de difusión —dado su alcance entre la población juvenil—, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad. Asimismo, a través de las redes y de las charlas divulgativas que se impartirán en unos 80 institutos andaluces, se pretende proporcionar a la juventud andaluza herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente, fomentando la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales. Los talleres, diseñados para fomentar la proactividad y el crecimiento personal, parten de la identificación de las opiniones, valores y experiencias del propio alumnado para trabajar luego en objetivos y soluciones para alcanzarlos. Para ello, se utilizarán dinámicas ágiles y atractivas para la juventud, con recursos como el Role Playing participativo, estrategias de coaching, performance, música y artes plásticas, utilizándolas siempre desde la clave del humor. En dichos talleres se abordarán contenidos como las habilidades sociales para establecer relaciones saludables, la autoestima, las técnicas efectivas de comunicación, las identidades sexuales, los mitos del amor romántico, los roles de género o la dependencia emocional y los celos, entre otros. En este sentido, la consejera ha precisado que 'Sí, es amor' proporcionará además a adolescentes y jóvenes información detallada sobre los recursos existentes en la comunidad andaluza para tratar la problemática de la violencia de género. La campaña arranca con la celebración de la VI Escuela de Igualdad que tendrá lugar este sábado 4 y este domingo 5 de octubre en el Albergue Inturjovent de Sevilla. Un centenar de jóvenes de toda Andalucía, de edades comprendidas entre 14 y 17 años, se darán cita este año en esta Escuela que enmarcará charlas y talleres que abordarán conceptos relacionados con la igualdad entre mujeres y hombres.

## **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 2

**-Titular:** La Junta pone en marcha la campaña ‘Sí, es amor’ para la prevención de la violencia de género en la juventud

**-Nombre del medio/entidad:** 20 minutos

**-Fecha:** 03/10/2014

**-Sección/apartado:** SEVILLA

## **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** periódico gratuito nacional. Difusión en España.

**-Origen:** Europa Press

**-Autor:** No informa

**-Ubicación:** Sevilla

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** el documento va acompañado de una pequeña foto situada a la izquierda dentro del texto.

**-Tamaño:** una página

**-Antetítulo, subtítulo:** el documento consta de un titular que está compuesto por un título y un subtítulo, no tiene antetítulo. El subtítulo de la noticia es *“Impulsada por el IAM y el IAJ, quiere llegar a más de 24.000 jóvenes a través de las redes sociales, medios de comunicación y talleres”*.

**-Fuentes:** las fuentes que utiliza el autor del texto son las declaraciones de

- María José Sánchez Rubio, consejera de Igualdad, Salud y Políticas Sociales: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- el Instituto Andaluz de la Mujer y su estudio Detecta: fuente documental, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** Noticia

**-Compartido:** no pone el número de veces que se ha compartido, además, la noticia no tiene ningún comentario ni ningún ‘like’ de redes sociales. Este medio cuenta con una herramienta que permite medir la actividad que tiene la noticia, que en este caso es del 0%.

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** lanzamiento de la campaña “Sí, es amor”.

**-Resumen:** El Instituto Andaluz de la Mujer y el Instituto Andaluz de la Juventud lanzan una nueva campaña llamada “Sí, es amor” con la que se pretende sensibilizar a la juventud para que tengan relaciones sanas y libres de violencia. La campaña ha sido presentada por la consejera de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, que señala la importancia de estas campañas para seguir luchando contra la violencia de género. Esta campaña será difundida a través de las redes sociales, de charlas divulgativas y de talleres interactivos donde la juventud podrá aprender a detectar el sexismo.

**-Tipo titular:** informativo. Se centra en dar la información del lanzamiento de la campaña.

**-Estructura:** la noticia cuenta con un título, un subtítulo, una entradilla, y el cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** la noticia tiene contenido informativo. Explica en qué va a consistir la campaña y las herramientas que va a utilizar para llevarse a cabo.

**-Contenido Interpretativo:** tiene también contenido interpretativo en tanto que introduce declaraciones, también da datos sobre el número de víctimas mortales, sobre el estudio detecta, y sobre otras campañas de sensibilización, por lo que amplía la información además de hablar de la presentación de la campaña.

**-Contenido Opinativo:** no tiene contenido opinativo.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** tiene lenguaje informativo en tanto que describe la campaña que anuncia la noticia.

**-Interpretativo:** también tiene lenguaje interpretativo, en tanto que hace referencia a las declaraciones en las que se observa interpretación, y también por parte del autor con frases como “*ha señalado la importancia (...)*”. “*La necesidad de seguir educando(...)*”.

**-Opinativo:** no tiene lenguaje opinativo.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la noticia cuenta con una pequeña fotografía cuya fuente es EUROPA PRESS/JUNTA DE ANDALUCÍA. En la fotografía se puede observar a tres personas presentando la campaña utilizando las imágenes con el logotipo de la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** es una noticia que está bien estructurada, en la que se pueden observar datos exactos sobre la violencia de género, a la vez que una información detallada acerca de la campaña, ya que cuenta con ejemplos lo que se va a llevar a cabo para la sensibilización de la juventud, habla de los talleres, etc. Sin embargo, la noticia no se ha compartido en las redes sociales ni posee actividad. De igual forma, el medio, a pesar de ser de ámbito nacional ha situado la noticia en la sección Sevilla, que forma parte de la sección Andalucía, limitando así la información a una única provincia. De igual forma, en cuanto al contenido y al

lenguaje, la noticia no sólo informa sobre la campaña, sino que aporta más datos que tienen que ver con la violencia de género, por lo que es más interpretativa e informativos y permite una contextualización mayor para el lector. No tiene opinión.

## Diario de Sevilla

SEVILLA

### **El Instituto de la Mujer inicia hoy talleres para promover la igualdad en institutos**

R. S.

03 Marzo, 2015 - 05:03h

El Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) iniciará hoy martes los talleres Sí, es amor para promocionar las relaciones sentimentales sanas e igualitarias entre los alumnos y alumnas de diez institutos de la provincia.

Se trata de unos talleres que dan continuidad a la anterior campaña de prevención de la violencia de género, que tenía el lema No es amor, rompe con la desigualdad. Los institutos que participan en estos talleres son de Camas, San Juan de Aznalfarache, Santiponce, Tomares, Brenes, Castillblanco de los Arroyos, La Rinconada, Peñaflor, La Algaba y Gerena. Estos talleres son un reconocimiento al papel que la educación puede y debe desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género. "No basta con que la escuela no sea sexista, sino que exige contrarrestar influencias que proceden del resto de la sociedad, erradicando un modelo de relación patriarcal basado en el dominio y la sumisión, que tiende a reproducirse de una generación a la siguiente a través de mecanismos fuertemente arraigados", explica el IAM.

La campaña No es amor, rompe con la desigualdad pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja.

La campaña Sí, es amor busca enseñar a la juventud los modelos de comportamientos que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados. La campaña emplea diferentes logotipos con mensajes como Hay respeto, sí es amor, Hay igualdad, sí es amor, Hay libertad, sí es amor, Hay comprensión, sí es amor.

#### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°: 3**

**-Titular:** El Instituto de la Mujer inicia hoy talleres para promover la igualdad en institutos

**-Nombre del medio/entidad:** Diario de Sevilla

**-Fecha:** 03/03/2015

**-Sección/apartado:** SEVILLA

## **BLOQUE I: Datos de identificación**

- Ámbito de difusión:** Sevilla
- Origen:** Periodista
- Autor:** R.S.
- Ubicación:** Provincia de Sevilla

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

- Apoyo gráfico:** no tiene ningún elemento de apoyo gráfico
- Tamaño:** media página
- Antetítulo, subtítulo:** no tiene antetítulo ni subtítulo
- Fuentes:**
  - el Instituto Andaluz de la Mujer: fuente oral, habitual, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.
- Género:** Noticia
- Compartido:** no informa. No tiene actividad

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

- Tema:** talleres para promover la campaña “Sí, es amor”
- Resumen:** Varios Institutos de Sevilla van a iniciar talleres en los que lleven a cabo la sensibilización que pretende la campaña “Sí, es amor” para la prevención del sexismo y la violencia de género en la juventud.
- Tipo titular:** informativo
- Estructura:** la noticia consta de titular, entradilla y cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

- Contenido Informativo:** toda la noticia es de contenido informativo, explica brevemente en qué consiste la campaña y en las localidades en las que se van a llevar a cabo los talleres.
- Contenido Interpretativo:** no tiene contenido interpretativo.
- Contenido Opinativo:** tiene contenido opinativo en tanto que el autor informa del papel de la educación.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** el lenguaje informativo que se observa es el que describe la campaña dentro de la noticia.

**-Interpretativo:** también encontramos interpretación en tanto que introduce declaraciones, y dentro de las declaraciones con expresiones como “*no basta con (...) sino que exige (...)*”.

**-Opinativo:** se observa opinión cuando el autor dice “*Estos talleres son un reconocimiento al papel que la educación puede y debe desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género*”.

### **Aspectos Graficos:**

**-Fotografía:** no tiene fotografía.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** es una noticia breve, en la que apenas se da información sobre la campaña, y se centra sólo en informar de que se van a llevar a cabo dichos talleres en varias localidades. No da información de que se haya compartido en las redes sociales ni tampoco tiene actividad. Además, observamos lenguaje opinativo por parte del autor e interpretación que se observa en la declaración que utiliza como fuente.

ABCdesevilla

[sevillasolidaria.es](http://sevillasolidaria.es)

POR [ABCdesevilla.es](http://ABCdesevilla.es)



## **El IAM realiza talleres en institutos de la provincia sobre relaciones sentimentales sanas**

El taller 'Sí, es amor' es un reconocimiento al papel que la educación puede desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género

Por **SEVILLA SOLIDARIA**, 2 de marzo de 2015 17:14 h.

El Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) inicia este martes en Sevilla los talleres 'Sí, es amor' de promoción de las relaciones sentimentales sanas e igualitarias entre los alumnos y alumnas de diez institutos de la provincia. Se trata de unos talleres que dan continuidad a la anterior campaña de prevención de la violencia de género, que tenía el lema 'No es amor, rompe con la desigualdad'. Los institutos que participan en estos talleres son de Camas, San Juan de Aznalfarache, Santiponce, Tomares, Brenes, Castillblanco de los Arroyos, La Rinconada, Peñaflor, La Algaba y Gerena.

Estos talleres son un reconocimiento al papel que la educación puede y debe desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género. No basta con que la escuela no sea sexista, sino que exige contrarrestar influencias que proceden del resto de la sociedad, erradicando un modelo de relación patriarcal basado en el dominio y la sumisión, que tiende a reproducirse de una generación a la siguiente a través de mecanismos fuertemente arraigados.

La campaña 'No es amor, rompe con la desigualdad' pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja. La campaña 'Sí, es amor' busca enseñar a la juventud los modelos de comportamientos

que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados. La campaña emplea diferentes logotipos con mensajes como ‘Hay respeto, sí es amor’, ‘Hay igualdad, sí es amor’, ‘Hay libertad, sí es amor’, ‘Hay comprensión, sí es amor’. Los talleres tienen una duración de dos horas.

Los objetivos son prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil, concienciar a la población juvenil de la relación entre roles sexistas y violencia de género y a favor de relaciones sentimentales sanas e igualitarias. También se busca contribuir a romper los estereotipos sexistas, cuestionar los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad, potenciar una actitud creativa que fomente la construcción de roles de género alternativos a los que provocan la violencia contra las mujeres, facilitar información real sobre las relaciones de pareja en la adolescencia, proporcionar herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente, fomentar la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales.

El Instituto Andaluz de la Mujer, basándose en el Proyecto DETECTA, ha creado la aplicación para móvil “DetectAmor” con la finalidad de sensibilizar y prevenir la violencia machista en la juventud andaluza. La APP DetectAmor es una herramienta que pone especial énfasis en la educación afectivo-amorosa de la juventud andaluza a través del uso educativo de la telefonía móvil.

Dirigida a jóvenes, para que de una forma lúdica, puedan reflexionar acerca de sus ideas sobre el amor, sobre cómo son las relaciones de pareja que establecen, si éstas son en igualdad o son relaciones de abuso. La aplicación ofrece 10 juegos que la convierten en un recurso educativo versátil y flexible que permite utilizarlo directamente por jóvenes, así como por cualquier agente educativo para introducir, informar y profundizar en el tema de la prevención de la violencia machista en parejas jóvenes.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 4

**-Titular:** El IAM realiza talleres en institutos de la provincia sobre relaciones sentimentales sanas

**-Nombre del medio/entidad:** Sevilla Solidaria, por ABC de Sevilla

**-Fecha:** 2/03/2015

**-Sección/apartado:** Noticias

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Sevilla

**-Origen:** Sevilla Solidaria

**-Autor:** No informa

**-Ubicación:** Provincia de Sevilla

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

-**Apoyo gráfico:** el documento va acompañado del logotipo lanzado por el IAM de la campaña “Sí, es amor”

-**Tamaño:** una página

-**Antetítulo, subtítulo:** el documento posee título y subtítulo, carece de antetítulo. El subtítulo es: *“El taller ‘Sí, es amor’ es un reconocimiento al papel que la educación puede desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género”*

-**Fuentes:** la única fuente que se menciona en el texto es:

- Instituto Andaluz de la Mujer: fuente documental, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

-**Género:** Noticia

-**Compartido:** la noticia no ha sido compartida por los usuarios en las redes sociales, de lo único que tenemos constancia es de una interacción en Facebook.

### **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

-**Tema:** realización de talleres de la campaña ‘Sí, es amor’.

-**Resumen:** Varias localidades de Sevilla van a realizar los talleres que propone la campaña lanzada por el Instituto Andaluz de la Mujer “Sí, es amor”, en los cuales se busca sensibilizar sobre el sexismo y prevenir la violencia de género, promoviendo relaciones sanas. El IAM, ha lanzado también una aplicación en la que pretende sensibilizar de forma interactiva.

-**Tipo titular:** interpretativo, puesto que el autor del titular interpreta lo que se realizan en esos talleres.

-**Estructura:** la noticia cuenta con un titular en el que hay un título y un subtítulo, después tiene una entradilla y finalmente el cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

-**Contenido Informativo:** la mayor parte de la noticia es de contenido informativo, ya que cuenta en qué consiste la campaña y los talleres que se van a llevar a cabo en las diferentes localidades de Sevilla.

-**Contenido Interpretativo:** no tiene contenido interpretativo.

-**Contenido Opinativo:** tiene contenido opinativo en tanto que el autor opina sobre el papel de la educación.

### **Lenguaje:**

-**Informativo:** la mayor parte de la noticia es de lenguaje informativo ya que habla sobre la campaña y la describe.

-**Interpretativo:** encontramos interpretación en palabras como *“no basta con (...) sino que exige (...)”*.

**-Opinativo:** contiene lenguaje opinativo cuando dice *“Estos talleres son un reconocimiento al papel que la educación puede y debe desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género”*.

### **Aspectos Graficos:**

—**Fotografía:** el documento no tiene una fotografía que apoye el texto pero sí incluye el logotipo de la campaña lanzado por el IAM, en la que aparece también el hashtag que se utiliza para su difusión en las redes.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia está bien estructurada, informa sobre la campaña, sobre lo que es y lo que pretende conseguir y sobre su difusión en varios institutos de Sevilla. No obstante, la noticia no ha sido difundida por las redes sociales ni tiene actividad, y de igual forma está situada en una sección mezclada con todo tipo de noticias. En cuanto al contenido y al lenguaje, observamos que la noticia además de informar incluye interpretación e incluso opinión, y además, observamos que introduce declaraciones del IAM sin haber señalado las fuentes, por lo que el autor de la noticia se las atribuye como propias.

Diario de Almería

ALMERÍA

**'Sí es amor', campaña para fomentar las relaciones respetuosas entre adolescentes**

REDACCIÓN

23 Octubre, 2014 - 01:00h

Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo principal de la campaña Sí, es amor, impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ). Esta iniciativa, que llegará a una decena de municipios de Almería la próxima semana, pretende promover entre la juventud unas relaciones sentimentales sanas e igualitarias, concienciando a este sector de la población sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.

Las coordinadoras provinciales del IAM, Francisca Serrano y del IAJ, Noemí Cruz, han presentado esta campaña, que da continuidad a la acción impulsada el pasado año por los dos organismos, bajo el lema 'No es amor, rompe con la desigualdad'.

Noemí Cruz ha explicado que "con la campaña desarrollada el año pasado se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja; Ahora, con el lema Sí, es amor, se quiere complementar la anterior campaña, al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados". Un dato, el 51% de los encuestados considera que los celos es una prueba de amor. La campaña también estará dirigida a las redes sociales como principal vía de difusión.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°: 5**

**-Titular:** 'Sí es amor', campaña para fomentar las relaciones respetuosas entre adolescentes

**-Nombre del medio/entidad:** Diario de Almería

**-Fecha:** 23/10/2014

**-Sección/apartado:** Almería

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Provincia de Almería

- Origen:** Redacción
- Autor:** no informa del autor de la noticia
- Ubicación:** provincia de Almería

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

- Apoyo gráfico:** el documento cuenta con una pequeña fotografía.
- Tamaño:** media página.
- Antetítulo, subtítulo:** el titular no consta ni de antetítulo ni de subtítulo.
- Fuentes:** las fuentes que se citan en este texto son:
  - declaraciones de la coordinadora provincial del IAJ, Noemí Cruz: oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Género:** noticia.
- Compartido:** no informa. No posee comentarios de las redes sociales.

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

- Tema:** presentación en Almería de la campaña lanzada por el IAM “Sí, es amor”.
- Resumen:** La iniciativa lanzada por el Instituto Andaluz de la Mujer y el Instituto Andaluz de la Juventud llegará a Almería para sensibilizar a los jóvenes sobre las conductas sexistas y la violencia de género. La campaña “Sí, es amor” ha sido presentada por las coordinadoras provinciales del IAM y del IAJ.
- Tipo titular:** interpretativo, ya que no da información sobre la campaña, sino que interpreta lo que ésta pretende conseguir.
- Estructura:** la noticia cuenta con un titular en el que sólo hay un título, seguido de una entradilla y el cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

- Contenido Informativo:** toda la noticia es de contenido informativo, ya que informa sobre la campaña valiéndose de las declaraciones de la fuente.
- Contenido Interpretativo:** se observa algo de contenido explicativo e interpretativo al final de la noticia, donde introduce muy brevemente un dato, pero sin explicar de donde proviene.
- Contenido Opinativo:** no hay opinión.

### **Lenguaje:**

- Informativo:** el lenguaje informativo está en la breve información que da al principio de la noticia.

**-Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo en las declaraciones, cuando dice “*se pretendía(...)*”, o “*se quiere complementar(...)*”.

**-Opinativo:** no tiene opinión.

### **Aspectos gráficos:**

—**Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía en la que se muestra a Francisca Serrano, la coordinadora provincial de Almería del Instituto Andaluz de la Mujer, y la entonces coordinadora provincial del Instituto Andaluz de la Juventud, Noemí Cruz.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** este medio le ha dedicado un espacio bastante reducido a esta noticia, no ha dado información sobre los motivos del lanzamiento de la campaña, y no ha hablado sobre las herramientas que se van a utilizar para llevar a cabo su difusión. Además, apenas ofrece información, sino que utiliza las interpretaciones de las fuentes e incluye directamente las declaraciones. Introduce un breve contenido explicativo al introducir un dato pero no informa de la fuente.

ALMERÍA

## **‘Sí, es amor’ para la prevención de la violencia de género en la juventud**

Impulsada por el IAM y el IAJ, la campaña llegará a diez municipios de la provincia durante la próxima semana

REDACCIÓN

22 Octubre, 2014 - 12:02h

Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo principal de la campaña ‘Sí, es amor’, impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ). Esta iniciativa, que llegará a una decena de municipios de Almería la próxima semana, pretende promover entre la juventud unas relaciones sentimentales sanas e igualitarias, concienciando a este sector de la población sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.

Las coordinadoras provinciales del IAM, Francisca Serrano y del IAJ, Noemí Cruz, han presentado hoy esta campaña, que da continuidad a la acción impulsada el pasado año por los dos organismos, bajo el lema ‘No es amor, rompe con la desigualdad’.

Noemí Cruz ha explicado que “con la campaña desarrollada el año pasado se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja; Ahora, con el lema ‘Sí, es amor’, se quiere complementar la anterior campaña, al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados”.

Francisca Serrano ha señalado que “la apuesta por la igualdad sigue siendo clara desde Andalucía, con medidas que refuerzan la prevención, concienciación y sensibilización y con un presupuesto que persigue erradicar la feminización de la pobreza, frente a los recortes del Ejecutivo central, que acumula un 22% de descensos en prevención de violencia de género y un 33% en políticas de igualdad en los dos últimos años”.

Las coordinadoras provinciales del IAM y el IAJ han destacado durante la presentación la importancia de dar una continuidad a las campañas de concienciación en la juventud para mantener la tendencia al descenso que se ha registrado en el último año en las cifras de violencia de género en este sector de la población. Así, mientras en años anteriores la cifra de víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaba entre el 25 y el 30% del total de víctimas de violencia machista, en lo que va de 2014 el porcentaje ha bajado al 10% en Andalucía.

“Es necesario seguir educando en valores igualitarios para que la juventud destierre las actitudes y pensamientos machistas que sustentan la violencia de género, y que aún se perpetúan en la población adolescente”, ha apuntado Francisca Serrano.

Según el estudio Detecta realizado por el IAM, el 65% de las personas adolescentes de entre 14 y 16 años presentan sexismo, con afirmaciones como que “lo normal es que el hombre proteja a la

mujer” (60%), que “nadie como las mujeres sabe criar a sus hijos” (45,5%) o que “los celos son una prueba de amor” (51%).

Redes sociales y talleres en institutos

En lo que se refiere al desarrollo de la campaña, se utilizarán las redes sociales del IAM y el IAJ (portales web y perfiles de Twitter y Facebook) como principal vía de difusión -dado su alcance entre la población juvenil-, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad.

Asimismo, a través de las redes y de las charlas divulgativas que se impartirán en Instituto de Educación Secundaria, se pretende proporcionar a la juventud andaluza herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente, fomentando la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales.

En Almería está previsto que entre los próximos días 28 y 31 de octubre se lleven a cabo estos talleres en Huércal-Overa, Cantoria (día 28); Berja, El Ejido, Roquetas de Mar (día 29); Carboneras, Almería (día 30); Canjáyar, Alhama de Almería y Benahadux (Día 31).

Los talleres, diseñados para fomentar la proactividad y el crecimiento personal, parten de la identificación de las opiniones, valores y experiencias del propio alumnado para trabajar luego en objetivos y soluciones para alcanzarlos. Para ello, se utilizarán dinámicas ágiles y atractivas para la juventud, con recursos como el Role Playing participativo, estrategias de coaching, performance, música y artes plásticas, utilizándolas siempre desde la clave del humor. En dichos talleres se abordarán contenidos como las habilidades sociales para establecer relaciones saludables, la autoestima, las técnicas efectivas de comunicación, las identidades sexuales, los mitos del amor romántico, los roles de género o la dependencia emocional y los celos, entre otros.

En este sentido, ‘Sí, es amor’ proporcionará además a adolescentes y jóvenes información detallada sobre los recursos existentes en la comunidad andaluza para tratar la problemática de la violencia de género.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°: 6**

**-Titular:** ‘Sí, es amor’ para la prevención de la violencia de género en la juventud

**-Nombre del medio/entidad:** Diario de Almería

**-Fecha:** 22/10/2014

**-Sección/apartado:** ALMERÍA

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Almería

**-Origen:** Redacción

**-Autor:** no informa

**-Ubicación:** provincia de Almería

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** no lleva ningún tipo de apoyo gráfico

**-Tamaño:** página y media

**-Antetítulo, subtítulo:** consta de un título y de un subtítulo: *“Impulsada por el IAM y el IAJ, la campaña llegará a diez municipios de la provincia durante la próxima semana”*

**-Fuentes:**

- Estudio Detecta del IAM: fuente documental, ocasional, secundaria, Indirecta, pública, institucional y gubernamental.
- Coordinadoras provinciales del IAM y el IAJ Francisca Serrano y Noemí Cruz: fuentes orales, habituales, primarias, directas, públicas, institucional y gubernamentales.

**-Género:** Noticia

**-Compartido:** no informa

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** Campaña “Sí, es amor” y su difusión por institutos de Almería.

**-Resumen:** El Instituto Andaluz de la Mujer y el Instituto Andaluz de la Juventud han lanzado una campaña para prevenir la violencia de género y los roles sexistas para seguir disminuyendo las víctimas por violencia machista. Esta campaña se extenderá mediante las redes sociales y talleres que se impartirán en diez institutos de Almería.

**-Tipo titular:** informativo.

**-Estructura:** esta noticia cuenta con un titular en el que hay un título y un subtítulo, una entradilla, el cuerpo de la noticia, y una breve conclusión.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** casi toda la noticia es de contenido informativo, informa sobre la campaña, sobre su función y objetivo. También habla de la difusión de la campaña por institutos de Almería.

**-Contenido Interpretativo:** tiene contenido interpretativo en tanto que introduce datos sobre el Informe Detecta, y datos estadísticos, por lo que contextualiza la información.

**-Contenido Opinativo:** contiene opinión en una de las declaraciones, ya que opina sobre la necesidad de seguir sensibilizando.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** el lenguaje informativo es aquel que habla de forma objetiva sobre la campaña.

**-Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo con frases de las declaraciones como *“la apuesta por la igualdad sigue siendo clara (...)”* o *“la importancia de dar continuidad(...)”*.

**-Opinativo:** *“es necesario seguir educando en valores igualitarios (...)”*.

### **Aspectos gráficos:**

—**Fotografía:** no tiene fotografía.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** este medio ha elaborado una noticia amplia sobre el tema, en la cual informa con datos, declaraciones y porcentajes proporcionados por la Junta de Andalucía. Habla de la campaña, y de las herramientas que va a utilizar para su difusión. No obstante no existe difusión de la noticia por las redes sociales. En cuanto al contenido y al lenguaje, aporta más información sobre el tema, añade información sobre el estudio que incentivó la campaña y sobre datos exactos para contextualizar. También aporta interpretaciones y opiniones de las portavoces del IAM y del IAJ

Sur. es

MÁLAGA CAPITAL

## "Sí al amor" y contra el machismo, campaña en los institutos malagueños

Amanda Salazar | MÁLAGA

9 octubre 2014

La Junta de Andalucía ha presentado hoy la campaña 'Sí al amor' con la que pretende fomentar actitudes sanas en las relaciones de pareja en los menores de 18 años. Así, esta iniciativa en la que participan el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) y la Delegación de Salud y Políticas Sociales, llegará a una decena de institutos de la provincia para prevenir conductas machistas entre alrededor de 500 jóvenes.



«Seguimos detectando que los jóvenes, a pesar de haber crecido en democracia, reproduce síntomas de machismo y sexismo; por eso es importante seguir haciendo este tipo de campañas», ha señalado Daniel Pérez, delegado de Salud y Políticas Sociales, quien ha indicado que la propuesta de 'Sí al amor' también hará hincapié sobre estos temas en las redes sociales y tratará de llegar a los padres para que enseñen a sus hijos a que «hay otras formas de relacionarse».

«La única herramienta que tenemos para prevenir la violencia de género es la educación y la prevención», ha indicado la directora del IAM, Estefanía Martín Palop. Pero, según ha explicado, no basta con la labor en las escuelas. Esa educación en valores para acabar con «ese supuesto amor romántico con roles arcaicos y machistas» debe hacerse también en el ámbito doméstico. En este sentido, señaló que según las últimas encuestas realizadas por el IAM, el 68% de los chicos y el 74% de las chicas siguen creyendo en el mito de «quien te quiere bien te hará llorar», y que el 65% de la población menor tiene tendencias machistas.

Por su parte, la directora del Instituto Andaluz de la Juventud, Soraya García, señala que la campaña también incluirá cursos de formación para los técnicos de la Red Guadalinfo, que a su vez informarán a más jóvenes. «Sobre todo hay que trabajar con los jóvenes en que aprendan a detectar actitudes machistas que ahora mismo tienen interiorizadas como algo normal», ha indicado.

Los municipios a los que llegará 'Sí es amor' son Málaga, Marbella, Alozaina, Ronda, Mijas, Periana, Antequera, Campillos, Pizarra y Vélez-Málaga. «Con la campaña anterior de 'No es amor'

llegamos a 4.500 menores de 18 años y esperamos lograr las mismas cifras en esta edición», ha señalado Martín Palop.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 7

**-Titular:** “Sí al amor” y contra el machismo, campaña en los institutos malagueños

**-Nombre del medio/entidad:** Diario Sur

**-Fecha:** 09/10/2014

**-Sección/apartado:** Málaga Capital

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** provincia de Málaga

**-Origen:** periodista

**-Autor:** Amanda Salazar

**-Ubicación:** Málaga

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** el documento cuenta con el apoyo gráfico de una fotografía.

**-Tamaño:** una página.

**-Antetítulo, subtítulo:** el documento cuenta con el título y con un subtítulo que dice así: *“La Junta lanza una campaña para prevenir estas actitudes en los jóvenes y para fomentar conductas sanas en las relaciones de parejas”*.

**-Fuentes:** las fuentes a la que acude la autora y que se nombran en el texto son:

- Delegado de Salud y Políticas Sociales Daniel Pérez: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Coordinadora del IAM Málaga Estefanía Martín Palop: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Directora del IAJ de Málaga Soraya García: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Encuesta realizada por el IAM: fuente documental, ocasional, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** noticia

**-Compartido:** la noticia ha tenido movimiento por las redes sociales, ya que cuenta con 56 comentarios en Facebook. No obstante no informa de si ha sido compartida.

### **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** presentación en Málaga de la campaña “Sí, es amor”.

**-Resumen:** La Junta de Andalucía presenta la campaña “Sí, es amor” con el fin de sensibilizar a los jóvenes para que tengan relaciones sanas y ausentes de sexismo. Daniel Perez, el delegado de Salud y Políticas Sociales, declara que la juventud sigue mostrando machismo, y que esta campaña se lanzará a las redes sociales a la vez que buscará su difusión entre los padres. Por su parte, Estefanía Martín Palop ha señalado la importancia de la educación doméstica que se debe realizar para lograr acabar con el machismo. La campaña se extenderá por varios municipios de la provincia de Málaga.

**-Estructura:** la noticia está estructurada en título, subtítulo, entradilla y cuerpo de la noticia compuesto casi en su totalidad por declaraciones.

#### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** la noticia cuenta con contenido informativo acerca de la campaña, sobre a quién va dirigida y quién la ha lanzado. Informa sobre la difusión de la campaña y sobre otras medidas que van a tomar para sensibilizar, como cursos de formación.

**-Contenido Interpretativo:** encontramos contenido interpretativo ya que introduce datos sobre estudios realizados en los que se observa el sexismo en la juventud, y declaraciones.

**-Contenido Opinativo:** contiene opinión en algunas declaraciones, ya que se observa que una de las fuentes opina que la educación es la única herramienta para prevenir la violencia de género.

#### **Lenguaje:**

**-Informativo:** todo aquel que describe la campaña.

**-Interpretativo:** también encontramos lenguaje interpretativo a lo largo de la noticia y las declaraciones, con palabras como “*es importante(...)*”. “*Sobre todo hay que trabajar (...)*”

**-Opinativo:** encontramos opinión en una de las declaraciones, cuando dice que “*la única herramienta que tenemos para prevenir la violencia de género es la educación y la prevención*”.

#### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** en la fotografía, que ha sido realizada por la autora de la noticia Amanda Salazar, se muestran al entonces delegado de Salud y Políticas Sociales de Málaga Daniel Pérez, a la antigua coordinadora del IAM Málaga Estefanía Martín Palop y a la antigua directora del IAJ Málaga Soraya García, presentando la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** este medio no da mucha información sobre la campaña y sobre las herramientas que el Instituto Andaluz de la Mujer ha

lanzado para lograr las labores de sensibilización, se centra en contar las declaraciones de las personalidades que han presentado la campaña. Esta noticia ha tenido algo de movimiento en las redes sociales, ya que podemos observar que cuenta con 56 comentarios en la red social Facebook. En cuanto al contenido y al lenguaje, observamos que tiene mucho contenido y lenguaje informativo, pero que también hay algo de interpretativo ya que ofrece datos de un estudio aunque no informa de la fuente, también introduce lenguaje informativo en una de las declaraciones.

HUELVA

## **La campaña ‘Sí, es amor’ llega a IES de 8 localidades para erradicar conductas sexistas**

Los institutos han celebrado talleres que pretenden prevenir la violencia de género entre los estudiantes.



Alumnos y alumnas de diversos IES de ocho localidades onubenses participan durante estos días en los talleres de la campaña ‘Sí, es amor’, una iniciativa promovida por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) en colaboración con el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ), organismos dependientes de la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, con la que se persigue promover las relaciones sentimentales sanas e igualitarias y prevenir la

violencia de género en los jóvenes.

Esta actividad formativa da continuidad a la anterior campaña del mismo tipo puesta en marcha en el ámbito educativo por el IAM, cuyo lema era ‘No es amor, rompe con la desigualdad’. Los centros educativos en que se están desarrollando estas sesiones se ubican en los municipios de Calañas, San Bartolomé, Niebla, Rociana del Condado, San Juan del Puerto, Ayamonte, Punta Umbría y Huelva capital.

Los talleres refuerzan el papel que la educación puede y debe desempeñar en la superación del sexismo y la violencia de género. Según ha explicado la coordinadora en Huelva del IAM, Eva Salazar, “no basta con que la escuela no sea sexista, sino que exige contrarrestar influencias que proceden del resto de la sociedad, erradicando un modelo de relación patriarcal basado en el

dominio y la sumisión, que tiende a reproducirse de una generación a la siguiente a través de mecanismos fuertemente arraigados”.

La campaña ‘No es amor, rompe con la desigualdad’ pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio por parte del joven como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja. Por su parte, ‘Sí, es amor’ busca enseñar a la juventud los modelos de comportamientos que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados. Para ello, emplea diferentes logotipos con mensajes como ‘Hay respeto, sí es amor’, ‘Hay igualdad, sí es amor’, ‘Hay libertad, sí es amor’ y ‘Hay comprensión, sí es amor’. Los talleres tienen una duración de dos horas, ha informado la Junta en una nota de prensa.

Los objetivos están enfocados en prevenir la violencia de género y concienciar a la población adolescente y juvenil de la relación entre roles sexistas y violencia machista, así como a favor de las relaciones sentimentales sanas e igualitarias. También se busca contribuir a romper los estereotipos sexistas, cuestionar los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad, potenciar una actitud creativa que fomente la construcción de roles de género alternativos a los que provocan la violencia contra las mujeres, facilitar información real sobre las relaciones de pareja en la adolescencia, proporcionar herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente y fomentar la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales.

En esta misma línea, el Instituto Andaluz de la Mujer, basándose en el proyecto ‘Detecta’, ha creado la aplicación para móvil ‘DetectAmor’, cuya finalidad también se centra en sensibilizar y prevenir la violencia machista en los jóvenes andaluces. La APP es una herramienta que pone especial énfasis en la educación afectivo-amorosa de la población juvenil través del uso educativo de la telefonía móvil.

En concreto, facilita que, de una forma lúdica, los usuarios puedan reflexionar acerca de sus ideas sobre el amor, sobre cómo son las relaciones de pareja que establecen, y si éstas son en igualdad o son relaciones de abuso. La aplicación ofrece 10 juegos que la convierten en un recurso educativo versátil y flexible que permite utilizarlo directamente por jóvenes, así como por cualquier agente educativo para introducir, informar y profundizar en el tema de la prevención de la violencia machista en parejas jóvenes.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 8

**-Titular:** La campaña ‘Sí, es amor’ llega a IES de 8 localidades para erradicar conductas sexistas

**-Nombre del medio/entidad:** [diariodehuelva.es](http://diariodehuelva.es)

**-Fecha:** 16/03/2015

**-Sección/apartado:** sección Huelva

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

-**Ámbito de difusión:** provincia de Huelva

-**Origen:** periódico

-**Autor:** no indica autor

-**Ubicación:** Huelva

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

-**Apoyo gráfico:** la noticia va acompañada de una fotografía.

-**Tamaño:** una página y media

-**Antetítulo, subtítulo:** el titular consta de título, y de este subtítulo: *“Los institutos han celebrado talleres que pretenden prevenir la violencia de género entre los estudiantes”*

-**Fuentes:** las fuentes que utilizan son:

- Junta de Andalucía: fuente documental, habitual, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.
- Coordinadora del Instituto de la provincia de Huelva, Eva Salazar: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

-**Género:** noticia

-**Compartido:** no hay datos de que la noticia haya sido compartida, tampoco tiene comentarios de las redes sociales.

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

-**Tema:** difusión de la campaña “Sí, es amor”.

-**Resumen:** La campaña lanzada por el Instituto Andaluz de la Mujer y el Instituto Andaluz de la Juventud llamada “Sí, es amor” que busca sensibilizar a la juventud sobre las conductas sexistas que se relacionan con la violencia de género está siendo difundidas entre los institutos onubenses mediante talleres de varias localidades de Huelva.

-**Tipo titular:** informativo.

-**Estructura:** la noticia cuenta con un título y un subtítulo, una entradilla y el cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

-**Contenido Informativo:** la noticia consta de bastante contenido informativo en el que se explica lo que es la campaña, lo que pretende conseguir y las herramientas que va a utilizar para conseguirlo. Informa sobre los talleres y sobre la APP que crea el Instituto Andaluz de la Mujer.

-**Contenido Interpretativo:** no tiene contenido interpretativo.

-**Contenido Opinativo:** no contiene contenido opinativo.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** contiene lenguaje informativo en tanto que habla sobre la campaña.

**-Interpretativo:** también lenguaje interpretativo en una de las declaraciones de la portavoz del IAM, cuando dice que *“no basta con que la escuela no sea sexista, sino que exige contrarrestar influencias(...)”*.

**-Opinativo:** no tiene lenguaje opinativo.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** en la fotografía se muestra lo que parece un aula de un instituto, donde se está llevando a cabo uno de los talleres a los que hace referencia la noticia. Se observan a tres personas que dirigen el taller y a varios alumnos. El logotipo de la campaña también aparece en la foto.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia da suficiente información acerca de la campaña, la describe y habla de las herramientas que utiliza. Está bien redactada, pero en una sección donde hay todo tipo de noticias. Tampoco aparecen datos sobre su difusión por las redes sociales, por lo que parece que no ha tenido ninguna actividad. En cuanto al lenguaje y al contenido encontramos que es una noticia que da bastante información objetiva, pero que también introduce algo de lenguaje interpretativo por parte de una de las declaraciones.

### **Más de 500 jóvenes participarán en la campaña 'Sí, es amor' para prevenir la violencia de género en ese colectivo**



EUROPA PRESS/JUNTA DE ANDALUCÍA

BAILÉN (JAÉN), 11 Nov. (EUROPA PRESS)

Más de 500 jóvenes jiennenses participarán en la campaña 'Sí, es amor', una iniciativa impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) que pretende promover entre la juventud jiennense unas relaciones sentimentales "sanas e igualitarias", concienciando a este sector de la población sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.

La delegada del Gobierno andaluz en Jaén, Purificación Gálvez, ha participado por la mañana junto a la coordinadora provincial del IAM, Beatriz Martín, y la alcaldesa de Bailén, Simona Villar, en la presentación de esta iniciativa en el IES 'Hermanos Medina Rivilla' de dicha localidad jiennense, donde 46 alumnos de cuarto de la ESO toman parte en uno de los talleres de esta campaña, que se iniciaron el pasado día 7 en Alcalá la Real y Alcaudete. En total, se desarrollarán diez sesiones formativas en otros tantos centros educativos de la provincia.

Según ha concretado Gálvez, “con el desarrollo de esta acción se intenta abrir un foro de reflexión, un punto de encuentro y de acción en el que los participantes, a través de la proactividad, la motivación y el talento, recibirán las pautas para la resolución de conflictos y sobre los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados”.

Con la campaña ‘Sí, es amor’ se da continuidad a la acción impulsada el año pasado por el Gobierno andaluz, bajo el lema ‘No es amor, rompe con la desigualdad’, con la que se pretendía “visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja”.

“En definitiva, se trata de una nueva apuesta por la igualdad de la Junta de Andalucía, que pone en marcha medidas que refuerzan la prevención, concienciación y sensibilización contra la violencia de género, haciendo hincapié en los más jóvenes”, ha apostillado la delegada.

Igualmente, Gálvez se ha referido a la importancia de dar continuidad a las campañas de concienciación en la juventud para mantener la tendencia al descenso que se ha registrado en el último año en las cifras de violencia de género en este sector de la población.

Así, mientras en años anteriores la cifra de víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaban entre el 25 y el 30 por ciento del total de víctimas de violencia machista, en lo que va de 2014 el porcentaje ha bajado al diez por ciento en Andalucía, según los datos difundidos por la Junta.

Para el desarrollo de la campaña ‘Sí, es amor’ se utilizarán las redes sociales del IAM y el IAJ — portales web y perfiles de twitter y Facebook— como principal vía de difusión dado su alcance entre la población juvenil, ofreciendo mensajes que “contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad”.

Asimismo, a través de las redes y de las charlas divulgativas que se impartirán en los institutos, se pretende “proporcionar a la juventud herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente, fomentando la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales”.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 9

**-Titular:** Más de 500 jóvenes participarán en la campaña ‘Sí, es amor’ para prevenir la violencia de género en ese colectivo

**-Nombre del medio/entidad:** Europa Press

**-Fecha:** 11/11/2014

**-Sección/apartado:** Andalucía

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Andalucía

**-Origen:** Europa Press

**-Autor:** no especifica

**-Ubicación:** Jaén

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** la noticia va acompañada de una fotografía

**-Tamaño:** una página

**-Antetítulo, subtítulo:** el titular no posee antetítulo ni subtítulo

**-Fuentes:** las fuentes que utiliza el autor de la noticia son:

- Purificación Gálvez, Delegada de la Junta de Andalucía en Jaén: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Datos Junta de Andalucía: fuente documental, habitual, terciaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** Noticia

**-Compartido:** no ofrece datos de si ha sido compartida por las redes sociales, ni de si ha sido comentada. Tampoco ha sido compartida en su página de Facebook.

### **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** la campaña “Sí, es amor” llega a institutos de Jaén

**-Resumen:** La campaña lanzada por el Instituto Andaluz de la Mujer y el Instituto Andaluz de la Juventud llega a varios centros de Jaén para llevar a cabo la concienciación de la juventud sobre las conductas sexistas y la violencia de género. Para su desarrollo, se utilizarán las redes sociales de las instituciones, además de charlas divulgativas y talleres.

**-Tipo titular:** informativo

**-Estructura:** la noticia consta de título, entradilla y cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** la noticia informa de la campaña, en qué consiste y qué métodos va a llevar a cabo para conseguirlo. De igual forma habla sobre su difusión en los institutos.

**-Contenido Interpretativo:** la noticia contiene interpretación en una de las declaraciones que utiliza el autor de las noticias, ya que habla de la importancia que tienen estas campañas. También introduce datos estadísticos sobre las víctimas de violencia de género en Andalucía.

**-Contenido Opinativo:** no contiene opinión.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** encontramos lenguaje informativo en tanto que describe la campaña.

**-Interpretativo:** lenguaje interpretativo como la utilización de frases como “*la importancia de dar continuidad(...)*” “*se intenta abrir(...)*”.

**-Opinativo:** no tiene opinión.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía en la que aparecen presentando la campaña Purificación Gálvez, delegada de la Junta de Andalucía en Jaén, Beatriz Martín, la coordinadora provincial de Jaén del IAM, y a la entonces alcaldesa de Bailén, Simona Villar. También aparece un hombre que no identifican.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia está bien estructurada, informa sobre la campaña, y sobre los institutos en los que se van a llevar a cabo los talleres y por tanto la difusión de la campaña en Jaén. Habla sobre lo que pretende conseguir la campaña, pero no habla de las herramientas que va a utilizar. La campaña no indica si se ha compartido por las redes sociales, y tampoco que tenga ninguna actividad. Tampoco se encuentra en la página de Facebook del medio. En cuanto al lenguaje y al contenido, encontramos que además de informar sobre la campaña, también hay interpretación en las declaraciones, y por parte del autor de la noticia que considera oportuno introducir datos sobre la violencia de género en Andalucía.

## "El machismo se está reproduciendo con las nuevas generaciones"

Alconchel llama a trabajar en la prevención al presentar una nueva campaña contra la violencia de género dirigida a los jóvenes

T.R. CÁDIZ

16 Octubre, 2014 - 05:01h



"El machismo no sólo se está perpetuando sino que se está reproduciendo con las nuevas generaciones", alertó ayer la delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, Miriam Alconchel, en la presentación en Cádiz de una nueva campaña contra la violencia de género dirigida a los jóvenes. Han nacido en democracia, en una igualdad legal, pero eso no ha impedido que los jóvenes adopten actitudes machistas e incluso que se haya detectado un incremento de delitos relacionados con la violencia de género en edades tempranas, dijo Alconchel, que abogó por trabajar

en la prevención y seguir combatiendo.

"No vamos a cesar en la lucha para erradicar esta lacra social y para educar a nuestros jóvenes desde la igualdad, desde el respeto, desde la libertad y desde la comprensión", afirmó la delegada. "Se están preparando", anunció, "protocolos específicos que permitan actuar ante las nuevas formas de violencia de género, como una guía de orientación destinada a las familias de los jóvenes, para que visualicen esa nueva realidad y para que reciban todas las claves que permitan evitar el acoso y la violencia cuando se actúa a través de las redes sociales, que también pueden ser aliadas a la hora de denunciar la violencia de género si las convertimos en instrumentos y herramientas útiles".

La nueva campaña, denominada Sí, es amor, viene a dar continuidad a otra, de 2012, llamada No es amor. Será difundida en las redes sociales y contará con un programa de charlas en diez institutos o centros educativos de la provincia de Cádiz.

La campaña anterior intentaba prevenir y combatir lo que los jóvenes ven como algo normal, explicó ayer Josefa Moreno, del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM). Ahora se trata, dijo, de "enseñar modelos a nuestros jóvenes, modelos respetuosos donde queden fuera todos esos mitos, todos esos estereotipos y todos esos comportamientos heredados".

El nombre de la campaña, Sí, es amor, puede parecer confuso a primera vista teniendo en cuenta que encabeza una iniciativa contra la violencia de género. En realidad, el lema define una relación entre jóvenes en la que se dan una serie de condiciones. Esto es, que si hay igualdad, si hay respeto, si hay libertad y si hay comprensión, entonces sí lo es. Entonces sí, es amor.

Con Miriam Alconchel y Josefa Moreno estaba ayer Jaime Armario, del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ), quien señaló algunos de los objetivos de la nueva campaña: prevenir la violencia de género, sensibilizar en la necesidad de la lucha por la igualdad, desterrar mitos e ideas erróneas y adquirir habilidades sociales

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 10

**-Titular:** “El machismo se está reproduciendo con las nuevas generaciones”

**-Nombre del medio/entidad:** Diario de Jerez

**-Fecha:** 16/10/2016

**-Sección/apartado:** PROVINCIA

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Jerez

**-Origen:** Instituto Andaluz de la Mujer

**-Autor:** T.R.

**-Ubicación:** provincia de Cádiz

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** una pequeña fotografía

**-Tamaño:** una página

**-Antetítulo, subtítulo:** no posee antetítulo, y el subtítulo dice así: *“Alconchel llama a trabajar en la prevención al presentar una nueva campaña contra la violencia de género dirigida a los jóvenes”*

**-Fuentes:**

- Miriam Alconchel, delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Josefa Moreno, coordinadora del Instituto de la Mujer de Cádiz: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** Noticia

**-Compartido:** no informa de que haya sido compartido por las redes ni que tenga actividad.

### **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** presentación en Cádiz de la campaña “Sí, es amor”

**-Resumen:** La campaña “Sí, es amor” trata de prevenir actitudes machistas que los jóvenes ven normalizadas para erradicar la violencia de género y las conductas sexistas. Esta campaña será

difundida por los institutos de diez localidades de Cádiz a la vez que se difundirán por las redes sociales de las Instituciones que han lanzado la campaña.

**-Tipo titular:** informativo

**-Estructura:** la noticia cuenta con un titular que consta de un título y un subtítulo, y un cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** el contenido informativo que encontramos sobre la campaña es breve, ya que se centra en contar las declaraciones de las personalidades que la presentaron.

**-Contenido Interpretativo:** tiene contenido interpretativo en tanto que introduce muchas declaraciones de la presentación de la campaña, y dentro de estas declaraciones se encuentra la interpretación de estas fuentes. También encontramos interpretación por parte del autor de la noticia.

**-Contenido Opinativo:** encontramos opinión por parte del autor al final de la noticia.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** encontramos poco lenguaje informativo, solo cuando describe la campaña.

**-Interpretativo:** dentro de las declaraciones, con expresiones como “*no vamos a cesar en la lucha (...)*”, o por parte del autor de la noticia, con verbos como “alertó” o “abogó”.

**-Opinativo:** encontramos opinión del autor al final de la noticia, cuando dice “*El nombre de la campaña, Sí, es amor, puede parecer confuso (...)*”.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía en la que aparece la coordinadora provincial del Instituto Andaluz de la Mujer de Jaén Josefa Moreno, el entonces delegado provincial del Instituto Andaluz de Juventud Jaime Armario, y la delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales en Cádiz Miriam Alconchel, presentando la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia se centra mucho en contar las declaraciones que han hecho en la presentación, pero no da mucha información sobre la campaña en sí, no explica las herramientas que va a llevar a cabo ni a las localidades entre las que se va a difundir la noticia. En cuanto al lenguaje que utiliza, observamos que hay contenido informativo, aunque construye la noticia a partir de las declaraciones, y que no busca otras fuentes para dar más información sobre la campaña en sí.



Alconchel, entre Josefa Moreno y Jaime Armario, en la presentación de la campaña

### **El IAM y el IAJ ponen en marcha la campaña ‘Sí, es amor’, para la prevención de la violencia machista entre la juventud gaditana**

Redacción - 15/10/2014 (17:35h)

Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo principal de la campaña ‘Sí, es amor’, presentada en Cádiz por la Junta, que pretende promover entre este sector de la población unas relaciones sentimentales “sanas e igualitarias”, concienciando sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género. La iniciativa se difundirá sobre todo a través de las redes sociales, y promoverá charlas en diez centros educativos de la provincia.

Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo principal de la campaña ‘Sí, es amor’, presentada en Cádiz por la delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, Miriam Alconchel, junto a los representantes en la provincial del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ), Josefa Moreno y Jaime Armario, respectivamente, que pretende promover entre la juventud unas relaciones sentimentales “sanas e igualitarias”, concienciando sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.

‘Sí es amor’ da continuidad a la acción impulsada el pasado año por los referidos organismos, bajo el lema ‘No es amor’, con la que se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja. ‘Sí, es amor’ es la complementación de la anterior campaña, al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados.

Desde la delegación territorial de Igualdad se da importancia al hecho que haya una continuidad a las campañas de concienciación en la juventud para mantener la tendencia al descenso que se ha registrado en el último año en las cifras de violencia machista en este sector de la población. Así, mientras en años anteriores la cifra de víctimas mortales menores de 30 años oscilaba entre el 25 y

el 30% del total de asesinatos de género, en lo que va de 2014 el porcentaje ha bajado al 10% en Andalucía.

Junto a ello, se considera que hay que seguir educando en valores igualitarios para que la juventud destierre las actitudes y pensamientos machistas que sustentan la violencia, y que aún se perpetúan en la población adolescente. Según el estudio Detecta del IAM, el 65% de jóvenes de entre 14 y 16 años presentan sexismo, con afirmaciones como que “lo normal es que el hombre proteja a la mujer” (60%), que “nadie como las mujeres sabe criar a sus hijos” (45,5%) o que “los celos son una prueba de amor” (51%).

### **LA CAMPAÑA SE CENTRARÁN EN LAS REDES SOCIALES**

En lo que se refiere al desarrollo de la campaña, según se ha informado a DIARIO Bahía de Cádiz, se utilizarán las redes sociales como principal vía de difusión -dado su alcance entre la población juvenil-, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad.

Asimismo, a través de las redes y de las charlas divulgativas que se impartirán en diez institutos de la provincia del 24 al 28 de noviembre, se pretende proporcionar a la juventud andaluza herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente, fomentando la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales.

Los talleres, diseñados para fomentar la proactividad y el crecimiento personal, parten de la identificación de las opiniones, valores y experiencias del propio alumnado para trabajar luego en objetivos y soluciones para alcanzarlos. Para ello, se utilizarán dinámicas ágiles y atractivas para la juventud, con recursos como el Role Playing participativo, estrategias de coaching, performance, música y artes plásticas, utilizándolas siempre desde la clave del humor. En dichos talleres se abordarán contenidos como las habilidades sociales para establecer relaciones saludables, la autoestima, las técnicas efectivas de comunicación, las identidades sexuales, los mitos del amor romántico, los roles de género o la dependencia emocional y los celos, entre otros.

En este sentido, ‘Sí, es amor’ proporcionará además a adolescentes y jóvenes información detallada sobre los recursos existentes en la región para tratar la lacra de los malos tratos.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 11

**-Titular:** El IAM y el IAJ ponen en marcha la campaña ‘Sí, es amor’, para la prevención de la violencia machista entre la juventud gaditana

**-Nombre del medio/entidad:** Diario Bahía de Cádiz

**-Fecha:** 15/10/2014

**-Sección/apartado:** El resto del mundo

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Cádiz

- Origen:** periodista
- Autor:** no especifica
- Ubicación:** Provincia de Cádiz

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

- Apoyo gráfico:** va acompañado de una fotografía
- Tamaño:** una página y media
- Antetítulo, subtítulo:** no tiene antetítulo ni subtítulo, el titular solo cuenta con el título de la noticia.
- Fuentes:**
  - Instituto Andaluz de la Mujer e Instituto Andaluz de la Juventud: fuentes documentales, habituales, secundarias, indirectas, públicas, institucionales y gubernamentales
  - Estudio Detecta del IAM: fuente documental, ocasional, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.
  - Delegada de Cádiz de Igualdad, Salud y Políticas Sociales, Miriam Alconchel: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Género:** Noticia
- Compartido:** no informa sobre si ha sido compartido en las redes, no tiene comentarios ni interacción.

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

- Tema:** presentación en Cádiz de la campaña “Sí, es amor”.
- Resumen:** La campaña de sensibilización lanzada por el IAM y el IAJ “Si, es amor” pretende concienciar sobre la existencia de los roles sexistas y la violencia de género para seguir disminuyendo las víctimas por violencia machista en Andalucía y para educar en igualdad. La campaña utilizará las redes sociales para su difusión y charlas divulgativas que se darán en institutos de diferentes localidades de Jaén.
- Tipo titular:** informativo
- Estructura:** la noticia consta de un título, una entradilla y el cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

- Contenido Informativo:** toda la noticia es de contenido informativo, habla sobre la campaña y las herramientas que va a llevar a cabo para lograr su objetivo de sensibilización.
- Contenido Interpretativo:** El autor interpreta incluir también datos estadísticos sobre la violencia y el sexismo que hay actualmente en Andalucía, mediante el Informe Detecta.
- Contenido Opinativo:** no tiene contenido opinativo.

### Lenguaje:

-**Informativo:** toda la noticia, ya que describe ampliamente la campaña.

-**Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo en tanto que se observan frases como “*se da importancia*” o “*se considera que hay que seguir educando*”.

-**Opinativo:** no tiene opinión.

### Aspectos gráficos:

-**Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía en la que aparece la coordinadora provincial del Instituto Andaluz de la Mujer de Jaén Josefa Moreno, el entonces delegado provincial del Instituto Andaluz de Juventud Jaime Armario, y la delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales en Cádiz Miriam Alconchel, presentando la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia informa sobre la campaña, está bien estructurada y fundamentada en fuentes. No obstante, la noticia está situada dentro de la sección El resto del mundo, mezclada con noticias de todo tipo. Tampoco informa de que se haya compartido en las redes sociales ni tiene actividad. A pesar de esto, informa sobre la difusión de la campaña en Institutos de la provincia de Cádiz. En cuanto al contenido y al lenguaje, observamos que la noticia tiene un alto contenido informativo, por lo que describe ampliamente noticia y tiene poco contenido interpretativo, ya que habla sobre el Informe Detecta para contextualizar el lanzamiento de la campaña.

## Granada Hoy

### **Coaching sentimental por unas relaciones igualitarias**

Loja es uno de los primeros municipios que acoge los talleres de la campaña 'Sí, es amor', destinada a los alumnos de instituto

FRANCISCO CASTILLO LOJA  
20 Noviembre, 2014 - 01:00h

Promover entre la juventud andaluza unas relaciones sentimentales sanas e igualitarias es el objetivo de la campaña 'Sí, es amor' que esta semana se está desarrollando en diferentes centros educativos de la provincia de Granada y que el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) llevan estos días por diferentes municipios granadinos.



Loja y, en concreto, el Instituto de Enseñanza Secundaria Alfaguara' fue ayer uno de los primeros municipios en acoger estos talleres, que estos días van a visitar La Zubia, Padul, Motril, Alhama, Loja, Pinos Puente, Guadix, Baza, Huéscar y Granada capital, y que están diseñados para fomentar la proactividad y el crecimiento personal, parten de la identificación de las opiniones, valores y experiencias del propio alumnado para trabajar luego en objetivos y soluciones para alcanzarlos. Para ello, en estas actividades se utilizan dinámicas ágiles y atractivas,

con recursos como el Role Playing participativo, estrategias de coaching, performance, música y artes plásticas, utilizándolas siempre desde la clave del humor.

En estos talleres se abordan contenidos como las habilidades sociales para establecer relaciones saludables, la autoestima, las técnicas efectivas de comunicación, las identidades sexuales, los mitos del amor romántico, los roles de género o la dependencia emocional y los celos, entre otros.

Con motivo de la campaña, se dieron cita en dicho instituto lojeño tanto el director general de IAJ, Raúl Perales, como el coordinador provincial, Guillermo Quero, quien explicó que la campaña "da continuidad a la acción impulsada el pasado año por el IAJ y el IAM, bajo el lema 'No es amor', con la que se pretendía "visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja". Así, 'Sí, es amor' permite "complementar la anterior campaña, al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados".

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 12

**-Titular:** Coaching sentimental por unas relaciones igualitarias

**-Nombre del medio/entidad:** Granada Hoy

**-Fecha:** 10/10/2014

**-Sección/apartado:** GRANADA

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Granada

**-Origen:** periodista

**-Autor:** Francisco Castillo Loja

**-Ubicación:** Provincia de Granada

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

-**Apoyo gráfico:** la noticia va acompañada de una pequeña fotografía.

-**Tamaño:** una página

-**Antetítulo, subtítulo:** el titular cuenta con el título y este subtítulo: *“Loja es uno de los primeros municipios que acoge los talleres de la campaña ‘Sí, es amor’, destinada a los alumnos de instituto”*

-**Fuentes:**

- el Instituto Andaluz de la Mujer: fuente documental, habitual, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.
- Coordinador provincial del Instituto Andaluz de la Juventud de Granada, Guillermo Quero: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

-**Género:** noticia

-**Compartido:** no ha sido compartida en las redes ni tiene actividad.

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

-**Tema:** presentación de la campaña “Sí, es amor”, en institutos de Granada.

-**Resumen:** El Instituto Andaluz de la Mujer y el Instituto Andaluz de la Juventud han lanzado una campaña llamada “Sí, es amor” con la que pretenden difundir las ideas de unas relaciones sanas y libres de sexismos. Esta campaña será difundida mediante talleres que se desarrollarán en varios talleres en diferentes institutos de Granada.

-**Tipo titular:** Interpretativo, no informa sobre el contenido de la noticia, utiliza uno de los recursos que describe en la noticia como titular.

-**Estructura:** la noticia consta de un titular en el que hay un título y un subtítulo, una entradilla y un cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

-**Contenido Informativo:** casi la totalidad de la noticia es de contenido informativo porque cuenta la campaña, en qué consiste y cómo se va a llevar a cabo, aunque no de mucha información. Utiliza declaraciones.

-**Contenido Interpretativo:** no tiene contenido interpretativo ya que no introduce información extra.

-**Contenido Opinativo:** el autor opina dentro de la noticia, en concreto sobre las actividades que se van a realizar.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** tiene lenguaje informativo en tanto que habla sobre la campaña y la describe.

**-Interpretativo:** no tiene.

**-Opinativo:** lenguaje opinativo cuando el autor dice “*se utilizan dinámicas ágiles y atractivas*”.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la noticia va acompañada de una pequeña fotografía en la que se muestra uno de los talleres de sensibilización en un instituto.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** este medio no informa mucho sobre las herramientas que va a llevar a cabo el Instituto Andaluz de la Mujer para lograr la sensibilización y la concienciación que pretende con la campaña, sino que se centra en mencionar los talleres y las localidades granadinas donde se van a impartir. Tampoco informa de si la noticia ha sido compartida en las redes sociales y no cuenta con actividad. En cuanto al lenguaje, observamos que la mayor parte del lenguaje y del contenido son informativos, pero que introduce algo de opinión.

## **La campaña 'Sí es amor' se acerca al alumnado del IES Acci**

La campaña muestra las pautas clave en el establecimiento de relaciones sanas e igualitarias



**JESÚS JAVIER PÉREZ**

20 noviembre 2014

06:39

En la visita a diferentes puntos de la ciudad que esta mañana han realizado el alcalde, José Antonio González Alcalá, y la delegada del Gobierno de la Junta, Sandra García, junto a concejales de la corporación municipal se ha incluido la asistencia al IES Acci. Allí se han dado cita también la coordinadora de Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), Ana Belén Palomares, y el coordinador del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ), Guillermo Quero, así como la concejala de Mujer y Políticas de Igualdad, M<sup>a</sup> Carmen Alcalá, responsable del área desde la que se ha coordinado la actividad que se desarrollaba hoy en el centro.

Se trata de la campaña "Sí, es amor", puesta en marcha desde el IAM y el IAJ con el fin de dar a conocer al alumnado de secundaria pautas para el establecimiento de relaciones sanas e igualitarias e incidir así en la prevención de la violencia de género. De hecho, esta actividad se ha puesto en marcha en este mes de noviembre en el que se conmemora el próximo día 25 el día Contra la Violencia de Género. De hecho, a lo largo de todo el mes desde el consistorio accitano se han programado otras actividades relacionadas.

Así lo han recordado tanto el alcalde de la ciudad como la concejala responsable del área, quienes han destacado el hecho de que este tipo de iniciativas se complementen con otras de ámbito municipal como los talleres de prevención de la violencia de género que se están desarrollando en los centros de educación secundaria de la ciudad también en estos días. "Me alegra que todas las administraciones estemos unidas en este tipo de actuaciones que ayudan a luchar contra actitudes que no ayudan a entender las relaciones desde la igualdad", ha manifestado González Alcalá, al tiempo que ha recordado que la formación ha de incluir conocimientos sobre contenidos pero también educación en valores.

En esa misma idea ha incidido la delegada del Gobierno. "De eso se trata, de transmitir valores que nos hagan honestos, coherentes. Porque no hay que olvidar que la desigualdad es el germen de la violencia de género", ha asegurado. Por eso todos han coincidido en señalar como fundamental el trabajo en los IES para, desde ellos, concienciar a toda la sociedad.

La coordinadora del IAM ha recordado que, lamentablemente, la violencia de género también está entre los jóvenes y ha dado a conocer los diferentes recursos que están a disposición de las jóvenes tanto desde el IAM como del Centro Municipal de Información a la Mujer. Por su parte, el coordinador del IAJ ha invitado a reflexionar sobre ciertas situaciones que pueden darse a través del uso de las redes sociales y ha animado a los jóvenes a utilizar la aplicación "DetectAmor" desarrollada desde el IAJ.

Tal y como se explica en el dossier de la campaña "Sí, es amor" desarrollada hoy en Guadix "entendemos prioritario emprender acciones entre la juventud para prevenir la violencia de género y para suprimir de sus relaciones los roles sexistas. La violencia de género presente en nuestra juventud, su detección y prevención nos hacen poner especial énfasis en la educación y la coeducación como elementos para su erradicación". Esta campaña da continuidad a la desarrollada el año pasado bajo el lema "No es amor" y pretende enseñar a la juventud los modelos de comportamientos que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 13

**-Titular:** La campaña 'Sí, es amor' se acerca al alumnado del IES Acci

**-Nombre del medio/entidad:** Ideal.es

**-Fecha:** 20/10/2014

**-Sección/apartado:** Guadix

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** Granada

**-Origen:** Periodista

**-Autor:** Jesús Javier Pérez

**-Ubicación:** Guadix, Granada

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** va acompañado de una fotografía

**-Tamaño:** una página y media

**-Antetítulo, subtítulo:** No tiene antetítulo, y el subtítulo es "*La campaña muestra las pautas clave en el establecimiento de relaciones sanas e igualitarias*".

**-Fuentes:**

- La coordinadora del Instituto Andaluz de la Mujer, Ana Belén Palomares: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- coordinador del Instituto Andaluz de Juventud Guillermo Quero: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- alcalde de Guadix José Antonio Alcalá: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- M<sup>a</sup> Carmen Alcalá, de la concejalía de Mujer y Políticas de Igualdad: fuente oral, ocasional, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** noticia

**-Compartido:** no informa, no tiene comentarios.

**BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** talleres de la campaña “Sí, es amor”.

**-Resumen:** Un instituto de Guadix ha llevado a cabo un taller en el que se va a hablar de la campaña “Sí, es amor”, la cual trata de prevenir la violencia de género entre la juventud llevando relaciones sanas y con igualdad.

**-Tipo titular:** informativo

**-Estructura:** la noticia consta de un titular compuesto por un título y un subtítulo, una entradilla y un cuerpo de la noticia.

**Contenido:**

**-Contenido Informativo:** la noticia tiene poco contenido informativo, ya que apenas habla de la campaña, fabrica la noticia a partir de las declaraciones y en ellas se observa mucha opinión.

**-Contenido Interpretativo:** no tiene contenido interpretativo puesto que no proporciona información extra.

**-Contenido Opinativo:** encontramos bastante contenido opinativo dentro de las declaraciones.

**Lenguaje:**

**-Informativo:** el poco lenguaje informativo que se encuentra lo observamos cuando describe la campaña y sus objetivos.

**-Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo dentro de las declaraciones, con expresiones como “*entendemos prioritario*”.

**-Opinativo:** también se observa opinión en alguna declaración como cuando dice “*(...) la desigualdad es el germen de la violencia de género*”. “*lamentablemente(...)*”.

**Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la fotografía que acompaña la noticia muestra la presentación de esta campaña en el instituto, muestra las personalidades y muestra a los alumnos.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia informa sobre el acto de presentación de la campaña y sobre la violencia de género. Sin embargo no informa sobre las herramientas que dicha campaña ha puesto a disposición para sensibilizar a la juventud. Tampoco indica que haya sido compartida en las redes y carece de actividad. En cuanto al contenido y al lenguaje, encontramos contenido informativo pero hecho a través de las declaraciones de personalidades, pero apenas incluye información sobre la campaña. Encontramos contenido y lenguaje opinativo dentro de las campañas.

**lacarlota.com** (Córdoba)

## **El I.E.S. El Sauce recibe un Taller contra la violencia de género a través de la Junta de Andalucía**

La campaña 'Sí, es amor' quiere prevenir la violencia de género entre los jóvenes



La concejala de formación y empleo Rosa López, presentó este programa que se está llevando a cabo a través del área de juventud y servicios sociales del Ayuntamiento de La Carlota.

Para prevenir la violencia de género en la juventud, la Consejería de Igualdad, Salud y

Políticas Sociales de la Junta de Andalucía ha puesto en marcha la campaña de concienciación Sí, es amor.

El coordinador del instituto andaluz de Juventud Alberto Mayoral, resaltó que las víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaban entre el 25% y el 30%, y que para el 75% de las mujeres "los celos son una prueba de amor".

Por lo que sigue siendo necesario trabajar en la prevención. Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo de la campaña Sí, es amor, que da continuidad a la acción impulsada el pasado año, llamada No es amor, rompe con la desigualdad, con la que se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja.

A través de esta campaña se pretende enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados. La campaña, además de difundirse en las redes sociales, llegará a los más jóvenes con charlas divulgativas que se impartirán en unos 80 institutos andaluces (10 en Córdoba). En lo que se refiere al desarrollo de la campaña, se utilizarán las redes sociales del IAM y del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) (portales Web y perfiles de twitter y facebook) como principal vía de difusión, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad.

## **Aspectos técnicos**

-**Ficha N°:** 14

-**Titular:** El I.E.S. El Sauce recibe un taller contra la violencia de género a través de la Junta de Andalucía

-**Nombre del medio/entidad:** [lacarlota.com](http://lacarlota.com). Medio digital

-**Fecha:** no informa

-**Sección/apartado:** Noticias

## **BLOQUE I: Datos de identificación**

-**Ámbito de difusión:** periódico local, ámbito local.

-**Origen:** no informa

-**Autor:** no informa

-**Ubicación:** La Carlota, Córdoba

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

-**Apoyo gráfico:** va acompañado de una fotografía y de un vídeo.

-**Tamaño:** media página

-**Antetítulo, subtítulo:** no tiene antetítulo, el título dice así: *“La campaña ‘Sí, es amor’ quiere prevenir la violencia de género entre los jóvenes”*.

-**Fuentes:**

- Concejala de formación y empleo Rosa López: fuente oral, habitual, secundaria, indirecta, pública, institucional, gubernamental.
- Coordinador del instituto Andaluz de Juventud, Alberto Mayoral: fuente oral, habitual, secundaria, indirecta, pública, institucional, gubernamental.

-**Género:** noticia

-**Compartido:** no informa sobre si la noticia ha sido compartida pero incluye un video de la presentación que está subido a la red social Youtube y que tiene 273 visualizaciones y 3 likes.

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

-**Tema:** presentación de la campaña ‘Sí, es amor’ en un instituto de La Carlota, localidad cordobesa

-**Resumen:** La concejala de formación y empleo del municipio La Carlota Rosa Lopez ha presentado un programa que pone en práctica la campaña lanzada por la Junta de Andalucía llamada ‘Sí, es amor’ para prevenir la violencia de género entre la población joven.

-**Tipo titular:** informativo

**-Estructura:** la noticia cuenta con un titular en el que se incluye el título y el subtítulo, una entradilla y un cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** casi toda la noticia es de contenido informativo ya que habla sobre la campaña, la describe utilizando de apoyo las declaraciones de los portavoces gubernamentales que la presentaron.

**-Contenido Interpretativo:** tiene contenido interpretativo en tanto que el autor o autora de la noticia introduce interpretación sobre lo que pretende conseguir la campaña.

**-Contenido Opinativo:** no tiene contenido opinativo.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** tiene lenguaje informativo en tanto que informa sobre la presentación de la campaña en la localidad cordobesa.

**-Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo por parte del autor, en concreto cuando dice *“Por lo que sigue siendo necesario trabajar en la prevención”*.

**-Opinativo:** no tiene lenguaje opinativo.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía donde se observan a los portavoces que están presentando la campaña en este instituto. También va acompañado de un vídeo que está subido a la red social YOUTUBE de la presentación de la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** en cuando a la información de la campaña, la describe y aporta datos sobre algunas de las herramientas que va a utilizar el Instituto Andaluz de la Mujer para llevar a cabo la campaña. No obstante no informa de todas ellas. A pesar de no haber sido compartida en las redes, esta noticia incluye un vídeo en el que se puede observar que 273 personas han visto la presentación.

## Noticias

### LA DELEGADA TERRITORIAL DE IGUALDAD APOYA CON SU PRESENCIA LA CAMPAÑA “SÍ, ES AMOR”

Publicado: Lunes, 01 Diciembre 2014 16:22



El instituto de enseñanza secundaria Antonio Machado ha acogido este lunes uno de los talleres que por toda la comunidad se realizan bajo el nombre "Sí, es amor", el cual auspicia la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales mediante el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ).

Por tal motivo han estado la delegada territorial de la citada Consejería, Miriam Alconchel, y los coordinadores provinciales del IAM y del IAJ, Josefa Moreno y Jaime Armario, respectivamente. Por parte municipal han asistido la alcaldesa, Gemma Araujo, y la concejala de Igualdad, Aurora Camacho.

Ante alumnos de cuarto de ESO se ha desarrollado este taller que viene siendo impartido, en lo que respecta a Cádiz, para 500 alumnos. "Sí, es amor" busca alertar a los más jóvenes sobre conductas que quizás no tengan importancia entre ellos pero son los primeros indicios de actitudes machistas. Esta iniciativa da continuidad a la acción impulsada el pasado año por los referidos organismos bajo el nombre "No es amor, rompe con la desigualdad", con la que se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales pero que esconden o contienen elementos de dominio por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja. "Sí, es amor" permite complementar la anterior campaña al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados.

La alcaldesa agradeció esta acción de la Junta y recordó que quiso ella personalmente que en el Ayuntamiento hubiese una delegación municipal específica sobre igualdad, la cual viene regularmente llevando a cabo acciones similares que alerten a los jóvenes. "De entre todos los datos que la lacra social que es la violencia de género está arrojando existe uno que es la disminución de edad, lo cual nos obliga a redoblar esfuerzo para llegar a los jóvenes y trabajar así por la igualdad".

La delegada territorial explicó a los asistentes que hay que propiciar que desde el género masculino se vea a la mujer en esa igualdad real sin que haya diferencia en el trato ni en oportunidades. "Con

este taller queremos, de una manera dinámica y positiva, que se detecten esas conductas machistas que no se deben permitir. Muchas veces el hecho de ver las cosas como normales no significa que tengan que ser así y soportarse. Con esta campaña pretendemos que el machismo descarado, ese que nos tiene que ofender, pueda encadenar que se sufra violencia de género". En similares términos intervinieron también los dos coordinadores provinciales.

Para llegar más aún a los jóvenes en esta campaña se utilizarán las redes sociales y se explicó igualmente la existencia de una aplicación para teléfonos inteligentes llamada "Detectamor", la cual y a modo de entretenimiento muestra a los jóvenes conceptos que pueden de alguna manera indicar que existe una relación sentimental poco sana.

### **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 15

**-Titular:** La delegada territorial de igualdad apoya con su presencia la campaña "Sí, es amor"

**-Nombre del medio/entidad:** Web del Ayuntamiento de #LaLínea, Cádiz

**-Fecha:** 01/12/2014

**-Sección/apartado:** noticias

### **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** local

**-Origen:** no informa

**-Autor:** no informa

**-Ubicación:** municipio La Línea de la Concepción, Cádiz

### **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** incluye una fotografía

**-Tamaño:** una página

**-Antetítulo, subtítulo:** no tiene antetítulo ni subtítulo

**-Fuentes:**

- Gemma Araujo, alcaldesa de la Línea: fuente oral, habitual, terciaria, indirecta, pública, institucional, gubernamental

- Miriam Alconchel, delegada territorial de la Conserjería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales: fuente oral, habitual, terciaria, indirecta, pública, institucional, gubernamental.

**-Género:** noticia

**-Compartido:** no informa

### **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

Las coordinadoras provinciales del IAM y el IAJ han destacado durante la presentación la importancia de dar una continuidad a las campañas de concienciación en la juventud para mantener la tendencia al descenso que se ha registrado en el último año en las cifras de violencia de género en este sector de la población. Así, mientras en años anteriores la cifra de víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaba entre el 25 y el 30% del total de víctimas de violencia machista, en lo que va de 2014 el porcentaje ha bajado al 10% en Andalucía.

'Es necesario seguir educando en valores igualitarios para que la juventud destierre las actitudes y pensamientos machistas que sustentan la violencia de género, y que aún se perpetúan en la población adolescente', ha apuntado Francisca Serrano.

Según el estudio Detecta realizado por el IAM, el 65% de las personas adolescentes de entre 14 y 16 años presentan sexismo, con afirmaciones como que "lo normal es que el hombre proteja a la mujer" (60%), que "nadie como las mujeres sabe criar a sus hijos" (45,5%) o que "los celos son una prueba de amor" (51%).

### **Redes sociales y talleres en institutos**

En lo que se refiere al desarrollo de la campaña, se utilizarán las redes sociales del IAM y el IAJ (portales web y perfiles de Twitter y Facebook) como principal vía de difusión -dado su alcance entre la población juvenil-, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad.

Asimismo, a través de las redes y de las charlas divulgativas que se impartirán en Instituto de Educación Secundaria, se pretende proporcionar a la juventud andaluza herramientas para la resolución de conflictos de género de forma competente, fomentando la detección precoz del problema de la violencia en sus fases iniciales.

En Almería está previsto que entre los próximos días 28 y 31 de octubre se lleven a cabo estos talleres en Huércal-Overa, Cantoria (día 28); Berja, El Ejido, Rocuetas de Mar (día 29); Carboneras, Almería (día 30); Canjáyar, Alhama de Almería y Benahacuz (Día 31).

Los talleres, diseñados para fomentar la proactividad y el crecimiento personal, parten de la identificación de las opiniones, valores y experiencias del propio alumnado para trabajar luego en objetivos y soluciones para alcanzarlos. Para ello, se utilizarán dinámicas ágiles y atractivas para la juventud, con recursos como el Role Playing participativo, estrategias de coaching, performance, música y artes plásticas, utilizándolas siempre desde la clave del humor. En dichos talleres se abordarán contenidos como las habilidades sociales para establecer relaciones saludables, la autoestima, las técnicas efectivas de comunicación, las identidades sexuales, los mitos del amor romántico, los roles de género o la dependencia emocional y los celos, entre otros.

En este sentido, 'Sí, es amor' proporcionará además a adolescentes y jóvenes información detallada sobre los recursos existentes en la comunidad andaluza para tratar la problemática de la violencia de género.

**-Tema:** presentación de la campaña 'Sí, es amor', en un instituto de la Línea de la Concepción, Cádiz

**-Resumen:** La Delegada de la Conserjería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales Miriam Alconchel, la coordinadora provincial del IAM Josefa Moreno, el coordinador provincial del IAJ, Jaime Armario, la alcaldesa de La Línea Gemma Araujo y la concejala de Igualdad Aurora Camacho, se han dado cita en el Instituto Antonio Machado para presentar la campaña lanzada por el IAM que se llama 'Sí, es amor'.

**-Tipo titular:** interpretativo, ya que el autor o autora de la noticia no informa sobre el acontecimiento, sino que interpreta que la delegada territorial "apoya" la campaña.

**-Estructura:** titular en el que solo hay un título, entradilla y cuerpo de la noticia.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** encontramos contenido informativo en tanto que habla sobre la campaña y sobre la presentación de dicha campaña por parte de los portavoces de las instituciones.

**-Contenido Interpretativo:** tiene interpretación en el titular, en el que el autor de la noticia se toma la libertad de decir que la delegada “apoya con su presencia” la campaña.

**-Contenido Opinativo:** no tiene contenido opinativo.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** todo aquel que informa sobre la noticia.

**-Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo dentro de las declaraciones, como por ejemplo “*muchas veces el hecho de ver las cosas como normales no significa que tenga que ser así y soportarse.*”

**-Opinativo:** tiene lenguaje opinativo dentro de una de las declaraciones, ya que se refiere a la violencia de género como “*lacra social*” de forma despectiva.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** se muestra una fotografía en la que se muestran a los portavoces de las instituciones que acudieron al instituto a presentar la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia informa sobre la presentación de la campaña, la describe, y menciona brevemente lo que va a llevar a cabo en labor de sensibilización, no obstante, no informa sobre todas las herramientas que se van a llevar a cabo para su desarrollo.



22 de octubre de 2014

## La Junta pone en marcha en Almería la campaña 'Sí, es amor' para la prevención de la violencia de género en la juventud

[Facebook](#) [Twitter](#) [Google+](#)

Esta campaña, impulsada por el IAM y el IAJ, llegará a El Ejido la próxima semana, en concreto, el miércoles, 29 de octubre. A este municipio del Poniente se sumarán otros nueve de la provincia también durante la

próxima semana.

Prevenir la violencia de género en la población adolescente y juvenil es el objetivo principal de la campaña 'Sí, es amor', impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ). Esta iniciativa, que llegará a una decena de municipios de Almería la próxima semana, pretende promover entre la juventud unas relaciones sentimentales sanas e igualitarias, concienciando a este sector de la población sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.

Las coordinadoras provinciales del IAM, Francisca Serrano, y del IAJ, Noemí Cruz, han presentado este miércoles esta campaña, que da continuidad a la acción impulsada el pasado año por los dos organismos bajo el lema 'No es amor, rompe con la desigualdad'.

Noemí Cruz ha explicado que "con la campaña desarrollada el año pasado se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja; ahora, con el lema 'Sí, es amor', se quiere complementar la anterior campaña, al enseñar a la juventud las pautas para la resolución de conflictos y los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados".

Francisca Serrano ha señalado que "la apuesta por la igualdad sigue siendo clara desde Andalucía, con medidas que refuerzan la prevención, concienciación y sensibilización y con un presupuesto que persigue erradicar la feminización de la pobreza, frente a los recortes del Ejecutivo central, que acumula un 22% de descensos en prevención de violencia de género y un 33% en políticas de igualdad en los dos últimos años".

## **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 16

**-Titular:** La Junta pone en marcha en Almería la campaña ‘Sí, es amor’ para la prevención de la violencia de género en la juventud

**-Nombre del medio/entidad:** D-Cerca, periódico local

**-Fecha:** 22/10/2014

**-Sección/apartado:** noticias

## **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** municipio El Ejido, Almería

**-Origen:** no informa

**-Autor:** no informa

**-Ubicación:** El Ejido, Almería

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** va acompañado de una fotografía

**-Tamaño:** página y media

**-Antetítulo, subtítulo:** no tiene antetítulo ni subtítulo.

**-Fuentes:**

- Coordinadora provincial del IAM, Francisca Serrano: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Coordinadora provincial del IAJ, Noemí Cruz: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Estudio Detecta: fuente documental, ocasional, secundaria, indirecta, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** noticia

**-Compartido:** no informa

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** Presentación de la campaña ‘Sí, es amor’ en El Ejido.

**-Resumen:** Las coordinadoras del Instituto Andaluz de la Mujer y del Instituto Andaluz de La Juventud Francisca Serrano y Noemí Cruz han presentado en El Ejido la campaña ‘Sí, es amor’ para

disminuir la violencia sexista en los jóvenes. Se desarrollará a través de las redes sociales y talleres en institutos.

**-Tipo titular:** informativo

**-Estructura:** titular que solo consta de título, entradilla, cuerpo de la noticia y cierre.

### **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** casi toda la noticia es de contenido informativo, ya que habla sobre la presentación de la campaña y describe las herramientas y los talleres que se van a llevar a cabo para el desarrollo de dicha campaña.

**-Contenido Interpretativo:** tiene contenido interpretativo en tanto que introduce datos del Informe Detecta para contextualizar la noticia.

**-Contenido Opinativo:** encontramos contenido opinativo en una de las declaraciones que el autor de la noticia incluye, ya que se opina sobre la necesidad de seguir educando en valores igualitarios.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** todo el que informa sobre la noticia.

**-Interpretativo:** encontramos lenguaje interpretativo en el uso de palabras como “pretender”, “*la importancia de(...)*”.

**-Opinativo:** encontramos lenguaje opinativo por el uso de expresiones como “*es necesario seguir educando(...)*”.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** la noticia va acompañada de una fotografía en la que se muestra a Noemí Cruz y a Francisca Serrano delante del logotipo de la campaña.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia informa ampliamente sobre la campaña, sobre las herramientas que va a utilizar para desarrollarse y habla de la presentación con las declaraciones de las portavoces del IAM y el IAJ. No obstante no informa sobre si ha sido compartida en las redes. Además, es un periódico local. La mayor parte de la noticia es de contenido informativo ya que habla de la campaña, aunque también tiene algo de contenido interpretativo y opinativo.

Bailén Diario / Local / Alumnos bailenenses participan en una campaña para prevenir la violencia de género

## Alumnos bailenenses participan en una campaña para prevenir la violencia de género

Miércoles, 12 noviembre 2014 6:55 Escrito por: Redacción



Categoría:  
Local  
Enlace  
permanente

Etiquetado en:  
*campaña, IES  
Medina Rivilla,  
violencia de  
género*



Redacción

El IES "Hermanos Medina Rivilla" acogía en el día de ayer la campaña "Sí, es amor". Esta iniciativa impulsada por el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) pretende promover entre la juventud jienense unas relaciones sentimentales sanas e igualitarias, concienciando a este sector de la población sobre la relación existente entre roles sexistas y violencia de género.

Al taller asistieron la delegada del Gobierno, Purificación Gálvez, acompañada de la coordinadora provincial del IAM, Beatriz Martín, y junto a la alcaldesa de Bailén, Simona Villar y el director del centro, Juan Anguita. En el mismo participarán un total de 500 jóvenes de la provincia de los cuales 46 corresponden a nuestro municipio.

Tanto el director del centro educativo como la alcaldesa de la ciudad mostraban su agradecimiento al IAM y al IAJ por apostar por un centro bailenense a la vez que agradecían la visita de la delegada del gobierno.

Por su parte, Gálvez destacaba que "con esta acción se intenta abrir un foro de reflexión, un punto de encuentro y de acción en el que los participantes, a través de la proactividad, la motivación y el talento, recibirán las pautas para la resolución de conflictos y sobre los modelos de pareja que sí son considerados respetuosos, fuera de estereotipos, mitos y comportamientos heredados".

Igualmente, Gálvez se ha referido a la importancia de dar una continuidad a las campañas de concienciación en la juventud para mantener la tendencia al descenso que se ha registrado en el último año en las cifras de violencia de género en este sector de la población. Así, mientras en años anteriores la cifra de víctimas mortales menores de 30 años en España oscilaba entre el 25 y el 30% del total de víctimas de violencia machista, en lo que va de 2014 el porcentaje ha bajado al 10% en Andalucía.

Con la campaña "Sí, es amor" se da continuidad a la acción impulsada el pasado año por el Gobierno andaluz, bajo el lema "No es amor, rompe con la desigualdad", con la que se pretendía visualizar, prevenir y combatir determinadas situaciones que pueden parecer normales, pero que esconden o contienen elementos de dominio y control por parte del joven, como querer controlar las amistades o la esfera personal de la pareja.

En lo que se refiere al desarrollo de la campaña "Sí, es amor", los alumnos utilizarán las redes sociales del IAM y el IAJ (portales web y perfiles de Twitter y Facebook) como principal vía de difusión, ofreciendo mensajes que contribuyan a romper los estereotipos sexistas o cuestionen los conceptos tradicionales de masculinidad y feminidad.

## **Aspectos técnicos**

**-Ficha N°:** 17

**-Titular:** Alumnos bailenenses participan en una campaña para prevenir la violencia de género

**-Nombre del medio/entidad:** Bailén Diario

**-Fecha:** 12/11/2014

**-Sección/apartado:** Local

## **BLOQUE I: Datos de identificación**

**-Ámbito de difusión:** local

**-Origen:** Redacción

**-Autor:** no informa

**-Ubicación:** Bailén, Jaen

## **BLOQUE II: Aspectos generales del documento**

**-Apoyo gráfico:** va acompañado de una fotografía

**-Tamaño:** una página

**-Antetítulo, subtítulo:** no tiene título ni antetítulo

**-Fuentes:**

- Delegada del Gobierno, Purificación Gálvez: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Coordinadora provincial del IAM, Beatriz Martín: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.
- Alcaldesa de Bailén, Simona Villar: fuente oral, habitual, primaria, directa, pública, institucional y gubernamental.

**-Género:** noticia

**-Compartido:** no informa

## **BLOQUE III: Aspectos generales del contenido**

**-Tema:** Presentación de la campaña ‘Sí, es amor’ en un instituto de Bailén

**-Resumen:** La delegada del gobierno, la coordinadora provincial del IAM y la alcaldesa de Bailén acuden a un instituto de dicha localidad para presentar la campaña lanzada por el IAM ‘Sí, es amor’ que tiene por objetivo promover las relaciones sanas entre la juventud.

**-Tipo titular:** informativo

**-Estructura:** titular, que solo tiene un título, entradilla y cuerpo de la noticia.

## **Contenido:**

**-Contenido Informativo:** tiene contenido informativo en tanto que informa sobre la presentación de la campaña, así como los datos que ofrece.

**-Contenido Interpretativo:** no tiene contenido interpretativo.

**-Contenido Opinativo:** no tiene contenido opinativo.

### **Lenguaje:**

**-Informativo:** todo el que da información sobre la campaña y sobre la presentación.

**-Interpretativo:** encontramos también lenguaje interpretativo por el uso de palabras como “intentar”, “la importancia”, etc.

**-Opinativo:** no tiene.

### **Aspectos gráficos:**

**-Fotografía:** tiene una fotografía en la que se muestra a los que presentaron la campaña en el Instituto de Bailén.

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES AL CONTENIDO:** la noticia no informa mucho sobre la campaña en sí y sobre las herramientas que se van a llevar a cabo para lograr la sensibilización. Se centra en informar con las declaraciones de la presentación de la campaña.