

# GUÍA CRONOLÓGICA DE LA EXPOSICIÓN

## Campañas de sensibilización 2006-2022

Histórico de las campañas  
de concienciación y sensibilización  
elaboradas por la Delegación del Gobierno  
contra la violencia de género

### PROPUESTAS DE MONTAJE

- La exposición tiene carácter itinerante y rotativo.
- La exposición es autoinstalable.
- El material de los carteles (PVC) es bastante resistente al deterioro. Es más resistente que la tela y más rígido que el vinilo impreso. Puede ser enrollado y desenrollado muchas veces sin que empeore su aspecto. Es resistente al agua y a rozaduras. Apto para interiores y exteriores.



El 'roll up' que abre la exposición ha sido diseñado con recursos de Freepik.com

## 2006



25 DE NOVIEMBRE DÍA INTERNACIONAL CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO



### Lema

**“Contra los malos tratos gana la ley”**

### Texto

Campaña de sensibilización en materia de violencia de género que tuvo como finalidad informar y sensibilizar sobre el cumplimiento y aplicación de la Ley Integral contra la violencia de género.

### Enlace QR



## 2007



### Lema

**“A la primera señal de malos tratos, llama, 016”**

### Texto

Campaña que presenta el servicio telefónico 016, de información y asesoramiento jurídico en materia de violencia de género.

### Enlace QR



## 2008



### Lema

**“Ante el maltratador, tolerancia cero”**

### Texto

El objetivo de esta campaña fue el rechazo y el aislamiento social del maltratador. Para ello se buscó la complicidad de los hombres en el rechazo contra la violencia de género, mostrar las consecuencias que esta produce en menores y trabajar la prevención de la violencia en mujeres.

### Enlace QR





## 2009



### Lema

**“Ante el maltrato, todos y todas a una”**

### Texto

Campaña que tiene como objetivo generar en la sociedad un rechazo a la violencia de género y transmitir con la frase “Ya no tengo miedo” un mensaje positivo y esperanzador a las mujeres víctimas, al sentir que toda la sociedad está con ellas para protegerlas y apoyarlas.

### Enlace QR



## 2010



### Lema

**“Saca la tarjeta roja al maltratador”**

### Texto

La campaña presenta el testimonio de personas del entorno de la víctima y la representación por personas famosas de frases pronunciadas por los agresores para implicar a la ciudadanía en el rechazo a la violencia de género y a los maltratadores.

### Enlace QR



### Lema

**“En violencia de género, no hay una sola víctima”**

### Texto

Con la Fundación Save the Children se colaboró en 2010 para visibilizar la situación de los hijos e hijas de las víctimas de violencia de género.

### Enlace QR



## 2011



### Lema

**“No te saltes las señales. Elige vivir”**

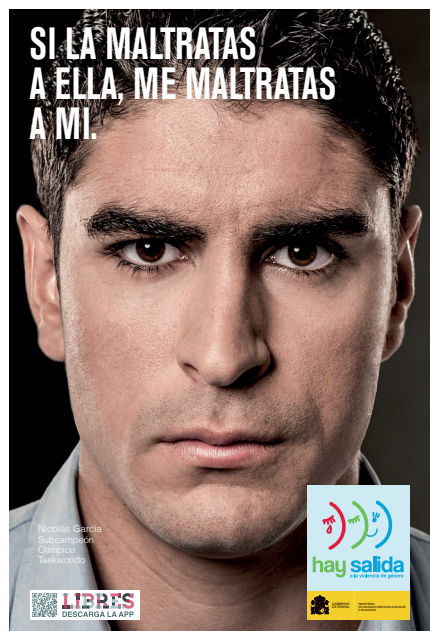
### Texto

Esta campaña está compuesta por tres versiones (aislamiento, amenaza y autoestima) dirigidas a dar pautas de comportamiento para la protección de las mujeres y facilitar elementos que aumenten su capacidad a la hora de identificar determinadas conductas y factores que suponen peligro.

### Enlace QR



## 2012



### Lema

**“Si la maltratas a ella me maltratas a mí”**

### Texto

Un mensaje de esperanza a las mujeres víctimas de la violencia, “romper el silencio cómplice” que las rodea porque “HAY SALIDA”: Cada vez hay más mujeres que dejan ese horror atrás. Un alto porcentaje de las mujeres que han sufrido violencia alguna vez, hoy declaran haber salido de ella, según la última macroencuesta de violencia de género.

### Enlace QR



## 2013



### Lema

**“Contra la violencia de género. Hay salida”**

### Texto

La campaña “Hay salida” tiene como objetivo transmitir un mensaje de esperanza a las víctimas y a su entorno e implicar a toda la sociedad para hacer del final de la violencia un objetivo común.

### Enlace QR



## 2014



### Lema

**“Cuéntalo, hay salida a la violencia de género”**

### Texto

Para prevenir la violencia de género es imprescindible detectar las primeras manifestaciones del maltrato en las relaciones que se establecen en la adolescencia y las graves consecuencias que pueden tener a corto y largo plazo

### Enlace QR





## 2015



### Lema

**“Si tu chico te da miedo, cuéntalo”**

### Texto

Con el mismo objetivo que la campaña 2014, se plantea la emoción del miedo como un indicador de la violencia en las relaciones.

### Enlace QR



## 2016



### Lema

**“Si hay salida a la violencia de género, es gracias a ti. Únete.”**

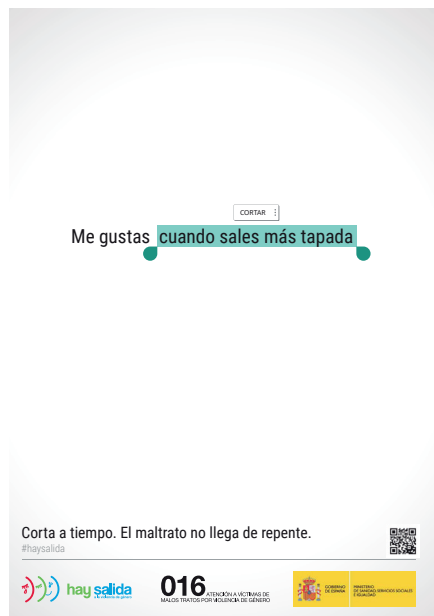
### Texto

La violencia de género es un problema social y por tanto su erradicación será posible solo con la implicación de toda la sociedad.

### Enlace QR



# 2017



## Lema

**“Corta a tiempo. El maltrato no llega de repente”**

## Texto

Las conductas de control, la falta de respeto, el aislamiento y la humillación aún son sutiles en la adolescencia y su normalización puede llevar a la justificación o aceptación de relaciones nocivas. Corta a tiempo si detectas estas señales y apuesta por relaciones sanas basadas en el respeto y la igualdad.

## Enlace QR



## Lema

**“No permitas la violencia de género”**

## Texto

Cuando hay maltrato en una pareja, no son solo cosas de pareja. “Tus amigos y vecinos sienten no haber hecho nada” vuelve a recordarnos que la violencia de género es responsabilidad de todos y todas.

## Enlace QR



## 2018



### Lema

**“#Puesnolohagas, el amor no es control”**

### Texto

Mostrando modelos de conductas de control que generan relaciones insanas, se enseña a los adolescentes a prevenir la violencia.

### Enlace QR



### Lema

**“#Somosuna, contra la violencia sexual”**

### Texto

La Delegación del Gobierno para la Violencia de Género aborda también otros tipos de violencia contra la mujer: la trata de mujeres con fines de explotación sexual, la violencia por motivos de género y la violencia sexual.

### Enlace QR



## 2019



#PASIÓNNOESPOSESIÓN



#NOESTOYSOLA

### Lema

**"#Pasiónnoesposesión"**

### Texto

"No la trates como un objeto y luego le hables de amor. No hay excusa, no confundas amor con posesión." Esta es el lema de la última campaña para la prevención de la violencia de género en adolescentes cuyo objetivo es concienciar sobre la necesidad de mantener relaciones íntimas que promuevan la libertad y el respeto absoluto.

### Enlace QR



### Lema

**"#Noestoy sola"**

### Texto

La ruptura del silencio y la ruptura de la relación solo serán posibles con un entorno profesional especializado. Esta es la primera campaña del Gobierno que sitúa a las instituciones públicas sociosanitarias en el centro del acompañamiento.

### Enlace QR



## 2020



### Lema

**“La violencia machista la paramos unidas”**

### Texto

Entre las medidas impulsadas ante la crisis del COVID19, se puso en marcha un Plan de Contingencia contra la Violencia de Género (RDL 12/2020) y se realizó una campaña institucional para la prevención de la violencia machista. Además, mientras duró el estado de alarma, se puso en marcha un servicio inmediato de apoyo psicológico por Whatsapp.

### Enlace QR





# 2021



## Lema

## “La violencia que no ves”

## Texto

Campaña dirigida a la población general para concienciar a la ciudadanía para identificar violencias contra las mujeres que pueden normalizarse y pasar desapercibidas. Para ello se muestran cuatro situaciones cotidianas a las que se aplica un “zoom” para descubrir acoso sexual en el ámbito laboral, en el transporte público, violencia digital, económica y psicológica que van más allá de la violencia física entre parejas, mostrando que la violencia contra las mujeres es “mucho más de lo que ves”.

## Enlace QR



## Lema

## “Machismo es violencia”

## Texto

Campaña de concienciación social dirigida a la población general #MachismoEsViolencia. El objetivo es concienciar a la ciudadanía para identificar violencias contra las mujeres que pueden normalizarse y pasar desapercibidas. Para ello varios hombres exponen algunas acciones que son violencia machista, finalizando el spot con la reflexión: “Eres parte de la solución”

## Enlace QR



## 2022



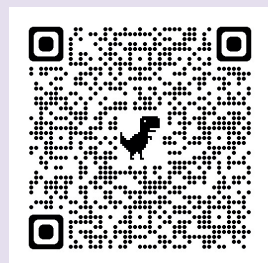
### Lema

**“¿ENTONCES QUIÉN?”**

### Texto

La campaña #EntoncesQuién?, pretende romper la complicidad del pacto entre caballeros, un pacto que trasciende orígenes, ideologías, características sociales o generacionales y que necesita siempre de la complicidad del grupo para la perpetuación de los privilegios. Con ello, se busca interpelar a todos los hombres que quieren dar ese paso delante de romper el pacto y conseguir su implicación utilizando frases como “Todos conocemos a una víctima de violencia machista, pero casi nadie a un agresor”, “Si ni tú ni yo hemos sido, entonces, ¿quién?”, “Si no vas a hacer nada para pararlo, entonces, ¿quién?”.

### Enlace QR





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE IGUALDAD



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

DELEGACIÓN  
DEL GOBIERNO  
EN MADRID

UNIDAD DE COORDINACIÓN  
CONTRA LA VIOLENCIA  
SOBRE LA MUJER