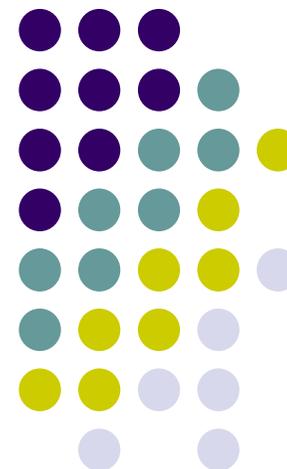


VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA JUVENTUD

Plan de acción

Septiembre 2013





Situación actual

Diagnóstico Juventud Navarra 2012 (datos 2010)

- El 80% de la población joven considera que la chica debe complacer a su novio
- Más del 40% considera que el chico tiene obligación de proteger a la chica
- Cerca del 60% está de acuerdo con que los celos son normales en una relación
- 3 de cada 10 adolescentes encuestados consideran que las mujeres se sienten realizadas cuando tiene novio

Relaciones afectivo sexuales control/sumisión



Situación actual

Estudio Juventud en España año 2012

- El 25% opina que son las mujeres las que deben quedarse en casa para cuidar de los menores o el hogar en caso de necesidad
- Cerca del 70% considera que los salarios de las mujeres son inferiores a las de los varones
- Cerca del 69% considera que las posibilidades de conciliación de la vida profesional y familiar son más difíciles para las mujeres
- Cerca del 60% considera que las opciones de promoción profesional son más escasas cuando se es mujer
- Algo más de la mitad cree que las posibilidades de alcanzar cargos de responsabilidad en las empresas son más complicadas para las mujeres, así como las de encontrar un nivel adecuado de estabilidad laboral
- Las dificultades para el acceso a la vida pública o al empleo también se perciben como más complicadas para las mujeres (entre el 43 y el 48%)

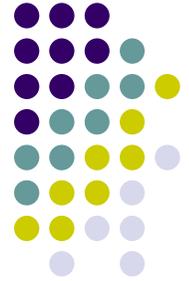
Reproducción de estereotipos sociales atribuidos a hombres y mujeres



Situación actual

Violencia de género en la Juventud

- En España: 15 mujeres menores de 30 años fueron asesinadas en 2012
- Navarra 2011 el 34% de las denuncias fueron interpuestas por mujeres entre 14 y 29 años (una de cada 3)
- Navarra 2012 el 37% de las denuncias fueron interpuestas por mujeres entre 14 y 29 años. El mayor porcentaje de denuncias está en el tramo de edad entre 18 y 24 años.



Situación actual

Las denuncias por violencia de género de mujeres jóvenes van en aumento

No se ha interiorizado el sexismo de manera adecuada entre la juventud

La juventud no tiene la percepción de una sociedad igualitaria entre mujeres y hombres.



Estrategia contra la violencia de género

Necesidad de continuar orientando las políticas públicas en el fomento de actitudes y comportamientos de repulsa y nula tolerancia frente a la violencia de género por parte de la ciudadanía en general y de la población joven en particular

Necesidad de incluir medidas de carácter preventivo destinadas a que las mujeres sean capaces de detectar de manera temprana actitudes de posibles situaciones de maltrato, con el objeto de incidir en ellas y desterrarlas de la juventud.

Objetivo final: seguir avanzando en la garantía de los derechos de las mujeres y la construcción de una sociedad más justa e igualitaria



Distintas formas de violencia de género

Existencia de comportamientos machistas vinculadas con las relaciones actuales entre jóvenes, medios telemáticos, de comunicación, videojuegos, redes sociales, etc..

El “velo de la Igualdad”: creencia de que actualmente la relación entre hombres y mujeres es una relación “entre iguales”



Objetivo general

**Erradicar la violencia de género entre la
juventud**



Objetivos específicos

- a) Prevenir la violencia de género poniendo en conocimiento de las y los jóvenes qué es la violencia de género, cuáles son sus causas, cómo se manifiesta, en qué comportamientos está presente y qué consecuencias tiene
- b) Sensibilizar a la ciudadanía en general en la necesidad de actuar en la prevención y detección inmediata de la violencia de género, en especial entre la juventud, y formar a profesionales para la detección de la violencia de género
- c) Abordar la igualdad entre mujeres y hombres, sobre su significado y su realidad, como la mejor manera de prevenir la violencia de género entre la población joven



Acciones a ejecutar 2013-2014

- **Acciones de sensibilización específicamente dirigidas a la Juventud**
- **Acciones de sensibilización dirigidas a la ciudadanía**
- **Formación a profesionales**
- **Formación/información/sensibilización en el ámbito familiar**
- **Impulso de la co-educación: planteamiento integral y sistemático**



Acciones de sensibilización

1.- CAMPAÑA 25 DE NOVIEMBRE (Día Internacional contra la violencia de género)

- Acciones de sensibilización **ciudadana**:

Campaña NO+Violencia en comercios y eventos deportivos

Adhesión a la campaña conjunta contra la violencia de género FNMC

- Acciones sensibilización **juventud**:

Campaña específica en elaboración

Campaña en redes sociales para difusión de mensajes y contenidos

- Acciones de sensibilización en **centros escolares** (ESO y BACHILLER)



Acciones de sensibilización

2.- Acciones en colaboración con el Instituto Navarro de Deporte y Juventud

- Espacio web
- Utilización de eventos con público joven para difusión de mensajes contra la violencia machista
- Nuevas formas de violencia: detección e intervención. Redes sociales e Internet, sexting, cyberbullying, etc,



Acciones de formación en violencia de género

- 1.- Formación a equipos de orientación de centros educativos
- 2.- Formación a profesionales del área de juventud
- 3.- Formación a profesionales de Servicios Sociales
- 4.- Formación a mujeres en detección de comportamientos machistas
- 5.- Programa de Reflexión sobre Violencia contra las Mujeres
- 6.- Programa a APYMAS: detección de conductas e igualdad en las relaciones afectivas
- 7.- Programa para adolescentes: construyendo la masculinidad
- 8.- Formación a jóvenes víctimas de violencia o en situación de riesgo
- 9.- Formación a jóvenes agresores
- 10.- Proyecto Relaciona: educación de la afectividad como medio para prevenir la violencia de género



Otras acciones

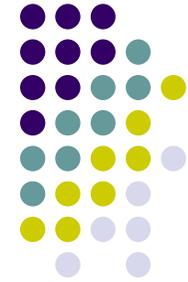
Impulso de la co-educación

Plan de acción coordinado para la implantación de contenidos de igualdad en todas las etapas educativas



Cronograma

	2013	2014			
	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT
DIAGNÓSTICO LA VIOLENCIA DE GÉNERO ENTRE LA JUVENTUD					
CAMPAÑA 25/11					
ACCIONES CON INJD					
FORMACION EN VIOLENCIA DE GÉNERO					
CO-EDUCACIÓN					
DISEÑO ESTRATEGIA LARGO PLAZO					



GRACIAS POR SU ATENCIÓN