

Campaña NO DEJES A LA VIOLENCIA EN VISTO
Acción de *street marketing*, en vivo, efímera y eminentemente visual.

La campaña titulada NO DEJES A LA VIOLENCIA EN VISTO ha sido una acción conjunta llevada a cabo en las instalaciones de la Universidad de Málaga, coordinada entre el Vicerrectorado de Igualdad, Diversidad y Acción Social de la Universidad de Málaga y el Área de Igualdad del Ayuntamiento, financiada con fondos procedentes del Pacto de Estado contra la Violencia de Género y de la propia universidad.

Su propósito fue sensibilizar a la comunidad universitaria malagueña ante el arraigo y normalización en la sociedad actual de una violencia machista que encuentra a través de medios digitales de comunicación (redes sociales y mensajes de teléfono) nuevas vías de acoso y maltrato, en especial entre la población más joven. La violencia en línea debe ser entendida como una violencia silenciosa que vulnera la dignidad y los derechos humanos. Quienes miran para otro lado alimentan el silencio cómplice del machismo.

Con el fin de despertar conciencias y activar una actitud crítica y comprometida para erradicar este problema y lacra social, se interpela a la comunidad universitaria para no dejar a la violencia "en visto", es decir, si se recibe un mensaje en el que se detecta violencia hacia la integridad moral, física o el bienestar de otra persona, se debe actuar o pronunciarse. El doble *check* en los mensajes, debe ser contestado. Todas las personas, independientemente de su sexo u orientación sexual deben sentirse interpeladas y comprometerse a servir de freno si son testigos de cualquier muestra de violencia de género. En suma, se busca romper el silencio cómplice.

Esta interpelación se hizo vinilando los espejos de los baños de diecisiete centros, así como dos de los aularios más concurridos de la Universidad de Málaga. La elección de los baños, tiene un componente estratégico. Por un lado, como un espacio cotidiano de uso frecuente y, por otro, como un entorno privado donde se busca la reacción individual ante un mensaje que interpone entre la persona y su reflejo en el espejo.

Los mensajes son dobles: uno entrecorrido con letras mayúsculas en tipografía de imprenta, de carácter violento, y otro sobrepuesto simulando un grafiti escrito a mano alzada, donde se evidencia, alerta y responde a la violencia del anterior. Para ello no solo se ha usado la tipografía del grafiti, también el lenguaje de las redes, como el uso de *red flags* (banderas rojas) o varios anglicismos expandidos entre la juventud. Sirva de ejemplo:

Mensaje: «SI LO HACES, PUBLICARÉ LAS FOTOS QUE TÚ SABES»

Respuesta: Bandera roja (*red flag*). En mayúsculas y rojo la palabra: DELITO



Hay vinilos que suponen un refuerzo positivo de expresiones y actitudes correctas. Sirva de ejemplo:

Mensaje: «TÚ PREGÚNTALE, EN PLAN ¿QUIERES? Y SI DUDA ES QUE NO»

Respuesta: Carita sonriente +. En mayúsculas y Violeta: PRO



Las frases y mensajes fueron diseñadas inicialmente por un grupo de trabajo conformado por personal del Vicerrectorado de Igualdad, Diversidad y Acción Social de la Universidad de Málaga y por el Área de Igualdad del Ayuntamiento de Málaga. El segundo paso fue pasar el filtro de un grupo de control conformado por estudiantado representante de todas las áreas de conocimiento de la universidad, desde las Humanidades, las Tecnológicas, las Ciencias Experimentales, las Ciencias Sociales y Ciencias de la Salud. Este paso fue fundamental en la campaña, pues permitió medir el impacto de los mensajes entre una representación del grupo a quien iba dirigido: el estudiantado.



Fotografías de las jornadas de trabajo con el grupo de control

Una vez conformada una extensa nómina de mensajes -distinguiendo entre aquellos destinados a los baños de chicos y a los de chicas-, se trasladó a los equipos directivos de cada centro para que seleccionaran aquellos que les parecían más convenientes, según la idiosincrasia y realidad de cada uno.

En toda campaña de *street marketing* se busca el efecto sorpresa. Para ello, se trabajó intensamente un fin de semana en la colocación de los vinilos para que el lunes 20 de febrero de 2023, los centros amanecieran con la campaña en los baños. Junto a los espejos, unos *flyers* invitaban a escanear un QR con destino a la web informativa de la campaña, <https://nodejesalaviolenciaenvisto.com/>

Numerosas noticias de prensa y televisión se hicieron eco de la campaña. El recibimiento y efecto de la misma fue muy positivo, aunque hubo comportamientos reaccionarios minoritarios, y algunos vinilos fueron arrancados y algún espejo roto.

La campaña fue retirada el 17 de marzo. Aunque el impacto y sensibilización se produjo en los primeros días y el deseo era retirar los vinilos pasada una semana, permanecieron más tiempo a demanda de los centros, algunos incluso han solicitado que permanezca alguno de los mensajes.

Los efectos son difíciles de cuantificar, aunque, sin duda, estamos ante la campaña más impactante y comprometida para concienciar sobre las violencias de género de todas las emprendidas hasta ahora por la Universidad de Málaga.

La campaña en números:

- Se utilizaron un total de 223 vinilos repartidos por todos los centros universitarios, adaptados convenientemente a las dimensiones de cada espejo.
- Se colocaron además 10.000 *flyers* con la información de la campaña en lugares designados al efecto.
- De los más de 50 mensajes inicialmente propuestos, se utilizaron 24 en baños de chicas y 25 en baños de chicos, algunos de ellos comunes.
- Al ser una acción de *street marketing*, es difícil medir el impacto a nivel numérico. Sin embargo, teniendo en cuenta que el estudiantado de la UMA lo conforman unas 40.000 personas, podemos llegar a las siguientes conclusiones:
 - Al visualizarse la campaña en todos los centros universitarios, pudo acceder a ella el 100% del estudiantado de la UMA.
 - En los primeros días de la campaña entraron a la página web 1.500 visitas.
 - La repercusión en RRSS, por visualizaciones de mensajes compartidos (twitter e Instagram), indica que la campaña ha tenido una magnitud considerable.