

# NOTA DE PRENSA

## PRESS RELEASE

Junto a la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género

### MOVISTAR LANZA LA CAMPAÑA #CONTROLARNOESAMAR PARA ALERTAR DE LOS RIESGOS DEL 'CIBERCONTROL'

- Telefónica se suma así al Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, el domingo 25 de noviembre, además de iluminar en color morado su emblemático edificio de Gran Vía 28.

Madrid, 22 de noviembre de 2018.- Con motivo de la celebración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer el próximo 25 de noviembre, [Movistar](#) pone hoy en marcha la campaña en redes sociales #ControlarNoEsAmar, dirigida a frenar comportamientos y actitudes de *cibercontrol* de las personas. Una campaña realizada junto a la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, que recuerda que el 25% de las chicas jóvenes reconoce haber sufrido algún caso de control abusivo a través del móvil.

Se trata de una campaña global realizada por la operadora para contribuir a la lucha contra la lacra de la violencia contra las mujeres, y especialmente a concienciar sobre la importancia del uso de métodos de aviso de emergencia vía *smartphone*, como las llamadas telefónicas al teléfono 016, el de atención de víctimas de malos tratos por violencia de género, o la [app Libres](#), del Ministerio de Igualdad, disponible para los sistemas operativos iOS y Android. Herramientas que las mujeres pueden accionar sin demora en caso de sufrir cualquier signo de violencia de género.

Y no solo las víctimas. Esta acción impulsada por Movistar anima también a cualquier persona que presencie actitudes de violencia a implicarse y alertar. Según los responsables de la citada app, pueden detectarse algunos síntomas en las mujeres víctimas de maltrato: mostrarse temerosa, nerviosa; triste, desmotivada, desilusionada, sin esperanza, con la autoestima baja; con un estado de ansiedad o angustia continuado; avergonzada de la situación que vive; con una vestimenta distinta a la habitual, o incluso más tapada, lo que puede indicar la intención de ocultar lesiones (las justifica o les resta importancia) o falta de cuidado personal. La aplicación incluye además un pequeño test que plantea a los adolescentes comprobar si son libres en sus relaciones, así como una guía de ayuda.

La campaña, protagonizada por empleados de Telefónica, muestra los típicos *selfies* que realizan y comparten en las redes los jóvenes en los que simulan felicidad, imágenes que ocultan lo contrario: una relación tóxica no exenta de abusos y excesos de control, precisamente con el mal uso del móvil como aliado. Su puesta en marcha se realiza en torno al Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, que se celebra el domingo 25 de noviembre, día en el que además Telefónica iluminará de morado su emblemático edificio de Gran Vía, 28, de las 18.30h a las 23.45 horas para dar visibilidad a esta lacra.

#### La web [www.dialogando.com](#) como herramienta para prevenir y detectar situaciones de riesgo

La acción de sensibilización #ControlarNoEsAmar se apoya además en el *site* de Telefónica [www.dialogando.com.es](#), que ofrece a familias, profesores y a los propios menores recursos necesarios para prevenir y detectar una situación de riesgo, además de actuar ante un caso así. Una web donde participan, entre otros, Mar Castro, pionera en investigación y difusión de NETiqueta en España; la psicóloga Mónica Manrique; Jorge Flores, fundador y director de Pantallas Amigas, o Pilar Moreno Sastre, vocal asesora de la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género.

De igual forma, la plataforma de Telefónica para docentes [ScolarTIC](#) incluye la ponencia "[Estereotipos de género](#)", ofrecida por el Centro Reina Sofía de Adolescencia y Juventud para describir tendencias y pautas para detectarlos. Y [Miríadax](#) ha abierto, en colaboración con las universidades adscritas, los MOOCs "[Violencia contra la Mujer. Aspectos penales y criminológicos](#)" y "[Redes sociales: Herramientas para promover equidad de género](#)". Todos ellos en abierto y completamente gratuitos.

Movistar forma parte desde 2012 de la iniciativa [Empresas por una sociedad libre de violencia de género](#), puesta en marcha por la Delegación con el objetivo de aprovechar el potencial de las compañías como agentes de concienciación social. Desde entonces, la multinacional española ha realizado numerosas acciones de sensibilización para contribuir a la erradicación de este problema. La más reciente tuvo lugar la pasada primavera, cuando promovió junto al equipo de baloncesto Movistar Estudiantes la [campaña "Tiros 'Libres' contra la Violencia de Género"](#), que contó con la participación de aficionados, jugadores y otros deportistas de élite, como Chema Martínez o Gisela Pulido.

La campaña [#ControlarNoEsAmar](#) forma parte del compromiso de Movistar con el bienestar digital, según el cual la operadora entiende que las nuevas tecnologías deben utilizarse para mejorar y ayudar en la vida de las personas. En línea con esto, Movistar ha realizado recientemente campañas de visibilidad, como "Love Story", sobre la suplantación de identidad en la Red; "Dominó", sobre la importancia de frenar el ciberacoso; [#StopViolenciaEnRedes](#), sobre el respeto en el deporte, y "10 pasos para la tolerancia en Internet", en los que aboga por una red tolerante y abierta a todos.