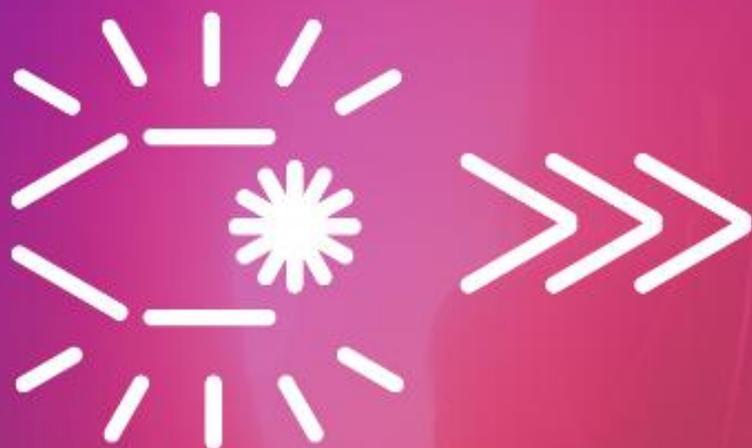


cr | s s
cr * s s

Intervention program in nightlife,
leisure and socialization venues to raise awareness
and prevent GBV behaviours – including LGBTIphobia –
linked to sexual violence and substance use

LOCAL PILOT ACTION PLAN



Pais: Luxemburgo

Organización: 4motion

Realización del Piloto: del 18/05/2024 al
04/10/2024

Número de intervenciones: 11

Dónde se realizó el piloto:

Los pilotos locales se realizaron en festivales y fiestas nocturnas en Luxemburgo

- PicNic Electronic: 18/05/2024-19/05/2024
- Usina Festival: 1/06/2024 - 2/06/2024
- Francofolies Festival: 07/06/2024 - 09/06/2024
- Woodstock Garden Party 29/06/2024
- Beautiful Decay Festival: 05/07/2024
- Unpredicted PRIDE (fiesta nocturna): 13/07/2024
- Eat Beat and Culture (Festival): 20/07/2024
- Elake Festival: 09/08/2024 - 11/08/2024
- TanzTraum (fiesta nocturna): 13/09/2024
- OnSteitsch Festival: 21/09/2024
- Pipalaboom (fiesta nocturna): 04/10/2024



Pipapo Info Stand (punto de información) con el equipo de Jobists @Francofolies material pedagógico SaferNight

Descripción de los contextos.

El piloto tenía como objetivo aterrizar el concepto SaferNight en la cultura del ocio nocturno de Luxemburgo. SaferNight pretende:

1. Promover el bienestar y la sensibilización en contextos de ocio nocturno.

2. Prevenir la violencia de género y otras formas de discriminación.
3. Promover entornos festivos más seguros, equitativos e inclusivos.

Actividades realizadas.

Las acciones se adaptaron a cada evento, teniendo en cuenta los contextos, las necesidades y las expectativas particulares de la organización y la demografía de participación en cada caso. El proyecto tuvo tres elementos principales:

1. Pipapo Info Stand (punto de información)
2. Orientación y comunicación SaferNight
3. Equipo de sensibilización y punto Lila

Si bien el punto de información de Pipapo se desplegó en todos los eventos, al requerir más recursos, el equipo de sensibilización y punto Lila se implementaron de forma selectiva.

El piloto concluyó con Pipalaboom, un evento abierto organizado por 4motion y otros socios locales, en el que se presentaron los elementos de SaferNight a un público más amplio.

Descripción de las estrategias.

• Punto de información PIPAPO

Activo desde 2016, el punto de información Pipapo es bien reconocido en los entornos de ocio nocturno en Luxemburgo. Ofrece un espacio seguro donde el público puede informarse sobre temas como el consumo de drogas, la salud sexual y la seguridad en las fiestas. Con un equipo de educación entre pares formado por personas debidamente capacitadas (Jobists), desde este espacio se comparten estrategias de SaferUse y SaferSex y se distribuyen materiales de reducción de daños, como condones, tapones para los oídos y recursos informativos sobre las drogas e ITS.

En 2024, el punto de información amplió su cobertura para incluir temas de SaferNight, como el consentimiento, la intervención proactiva de las personas que presencian incidencias y el abordaje de la violencia de género. Se crearon o adaptaron materiales pedagógicos para facilitar estas intervenciones.

• Orientación y comunicación SaferNight

Los principios de orientación de SaferNight (SaferNight Guidelines) son un elemento clave de la iniciativa SaferNight. Estos principios sirven como un contrato moral y un código ético compartido, con la finalidad de generar entornos de ocio

nocturno más seguros, respetuosos e inclusivos. La comunicación de estos principios es clave para su visibilidad, comprensión y adopción por parte de las personas que asisten a fiestas, las organizan o trabajan en ellas. El objetivo es fomentar una responsabilidad colectiva para defender estos principios dentro del ecosistema del ocio nocturno.

Los principios de orientación se elaboraron conjuntamente con personas que organizan eventos, para así reflejar tanto los valores de la iniciativa SaferNight como la perspectiva y las circunstancias particulares de cada evento. Este enfoque colaborativo garantizó que los principios se adaptaran a las necesidades específicas de la organización del evento y su público, con los principios de la inclusión, el respeto y la seguridad como eje central.

Animamos a la organización a publicar los principios de orientación a través de sus redes sociales una semana antes de cada evento, para orientar a las personas que asistían al evento sobre este nuevo concepto y para dar un mensaje inequívoco sobre los principios seguidos por la organización.

En la mayoría de los casos, se hicieron tres publicaciones distintas: a) Principios y contrato moral: «Este es un evento SaferNight. Al entrar en este espacio, aceptas las siguientes condiciones».

b) Orientación e información sobre SaferNight

Más información sobre la importancia de los principios y cómo la orientación indicada podría mejorar la experiencia de todas las personas.

c) «Good Vibes only»

Cartel con el lema «Good Vibes only», sobre qué tipos de comportamiento no se toleran y el protocolo que seguir en caso de posibles incidencias. Nuestra forma preferida de implementación implica la colocación de los principios en la entrada y pedir a todas las personas que deseen unirse al evento aceptarlos.

El día del evento, se colocaron carteles similares estratégicamente para alcanzar el máximo número de personas posible. Se realizaron sesiones informativas con el equipo de trabajo del evento (seguridad, primeros auxilios, personal de la barra...) para garantizar la comprensión y la implementación efectiva. Como regla general, las personas asistentes aceptaban los principios al entrar en el evento, fomentando la corresponsabilidad y estableciendo un ambiente de respeto mutuo. A lo largo del evento, el equipo de sensibilización (Awareness Team) reforzó estos principios,

interpelando activamente al público y representando los valores de SaferNight.



Principios colgados en la entrada del USINA Festival



Sesión informativa SaferNight con seguridad, policía y la persona responsable de producción en el Elake Festival

- **Equipo de sensibilización y punto Lila**

Un conjunto experimentado y motivado de Jobists fue capacitado con el fin de inaugurar el A-Team, el primer equipo de sensibilización de Luxemburgo. Su misión es promover el bienestar, el consentimiento y las interacciones sociales positivas entre el público de los eventos, y realizar intervenciones cuando sea necesario. Fácilmente identificable por sus chalecos morados, este equipo funciona como una unidad móvil dentro y alrededor del recinto de los eventos. Aborda problemas como la discriminación, el

comportamiento inadecuado y el acoso sexual, a la vez que apoya a las personas del público que pueden estar sufriendo los efectos de la intoxicación, la ansiedad o el agobio.

Al inicio de cada evento, el A-Team realiza una ronda exploratoria para familiarizarse con la disposición del recinto e identificar zonas de alto riesgo e infraestructuras clave. El equipo se presenta al personal del evento y a las dotaciones de seguridad y de primeros auxilios, explicándoles su misión y asegurando pleno conocimiento de su función y sus límites. Cuando es necesario, el A-Team acompaña a las personas a los puntos de primeros auxilios y de seguridad o al punto Lila designado.

El punto Lila sirve como un espacio físico seguro gestionado por personas profesionales y reconocido por las personas que asisten al evento como un punto de calma y seguridad. Está diseñado como un refugio del estimulante ambiente de fiesta, donde las personas pueden descansar y hablar con alguien en confianza. El objetivo principal del punto Lila es apoyar a las personas que requieren acompañamiento tras haber experimentado o presenciado una situación de discriminación, acoso o violencia de género.

Con el fin de ofrecer un entorno cómodo, el punto Lila cuenta con una iluminación tenue, pufs y un ambiente acogedor. Se ofrece té, frutas y dulces a las personas que acuden al espacio, para que se sientan seguras y valoradas.



Punto Lila en Elake



A-Team en Usina

Impacto y descripción del público objetivo

Los festivales y las fiestas nocturnas en los que participamos eran muy distintos en cuanto a sus dimensiones, cultura y demografía. Constituyen una gama amplia, desde eventos generales a gran escala que albergan hasta 40.000 asistentes durante tres días, hasta fiestas nocturnas más pequeñas con tan solo 150 asistentes. La mayoría de las personas con las que conversamos eran jóvenes de 18 a 26 años, de Luxemburgo y países vecinos como Bélgica, Francia o Alemania.

Las intervenciones piloto respondieron a una creciente demanda de mayor seguridad y diversidad en el ocio nocturno en Luxemburgo. Las preocupaciones asociadas con la pandemia –y amplificadas por la mayor cobertura mediática de los picos de contagio– provocaron una incomodidad generalizada con respecto a eventos concurridos o a gran escala. Además, la creciente reivindicación de espacios más seguros, especialmente para las comunidades marginadas, está cobrando fuerza en Luxemburgo. El estudiantado que vuelve de universidades en ciudades más grandes en el extranjero se ha interiorizado conceptos relacionados con la concienciación y la seguridad, y aboga por iniciativas similares en el entorno nacional.

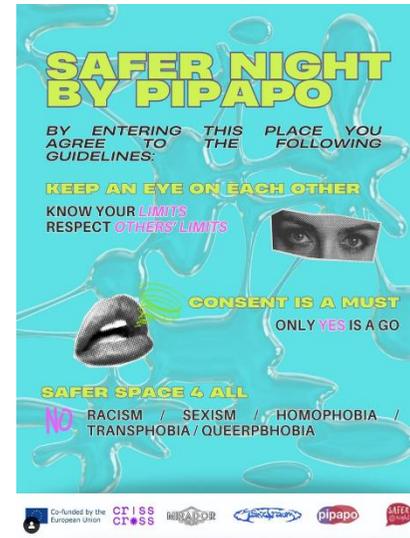
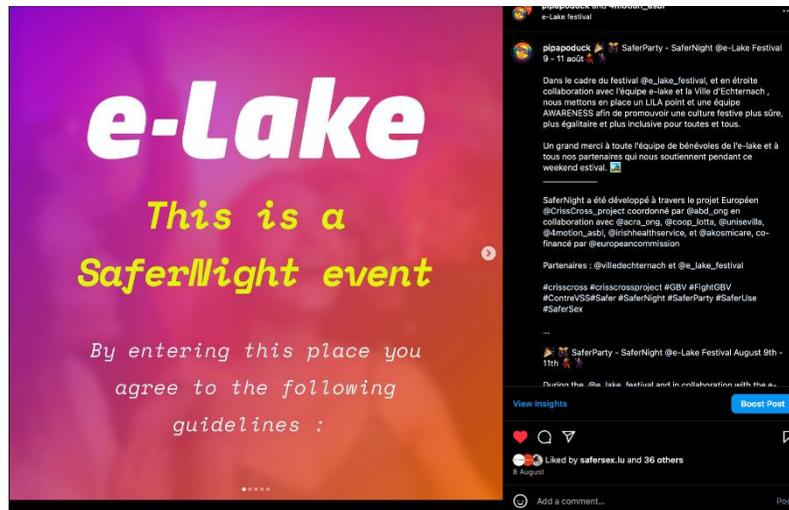
Los pilotos ofrecieron la oportunidad de experimentar con estas acciones y adaptarlas a las necesidades particulares del ocio nocturno en Luxemburgo. Sin embargo, muchas de las personas que asisten a eventos aquí todavía no están familiarizadas con las funciones y misiones de los puntos Lila y equipos de sensibilización. Una parte importante de nuestro trabajo se centró en generar conciencia sobre lo que ofrecen estos servicios y sus limitaciones.

Las organizaciones implicadas en estos pilotos expresaron un gran interés en continuar su colaboración con nuestro equipo durante la próxima campaña. Se comprometieron a contribuir a una cultura de ocio nocturno más segura e igualitaria, desarrollando y reforzando protocolos para identificar, prevenir y responder a los casos de violencia de género, acoso y agresividad, incluidos los que afectan a las personas LGTBIQ+. En general, las intervenciones se percibieron como inclusivas, receptivas y eficaces, y obtuvieron valoraciones positivas tanto por parte de las personas que asistían a los eventos como de la organización de ellos.

Resultados.

- Intervenciones desde el punto de información Pipapo: 11
- Intervenciones desde el A-Team y Punto Lila: 6
- Intervenciones basadas en los principios SaferNight: 6
- Interacciones registradas con el público: 1.121
- Incidencias críticas gestionadas: 19
- Asistencia Pipalaboom: 700
- Condones distribuidos (internos + externos): 1.760
- Kits de inhalación SaferSniffing distribuidos: 75
- Tarjetas de información sobre medicamentos distribuidas: aproximadamente 100 conjuntos

Gráficos de la campaña de comunicación



THIS IS A
SAFER
night
EVENT

BY ENTERING THIS PLACE YOU AGREE TO THE FOLLOWING GUIDELINES ▶

Logos: A, Day of Gender Woman, HUMAN RIGHTS

CONSENT
IS A MUST

ONLY YES
IS A GO

SAFER SPACE
FOR ALL

NO
RACISM | SEXISM | HOMOPHOBIA
TRANSPHOBIA | QUEERPHOBIA ▶

KEEP AN
EYE ON
EACH OTHER

KNOW YOUR LIMITS
RESPECT OTHERS ▶



Intervention program in nightlife,
leisure and socialization venues to raise awareness
and prevent GBV behaviours – including LGBTIphobia –
linked to sexual violence and substance use

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea.
Esta publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso
que pueda hacerse de la información aquí difundida.

