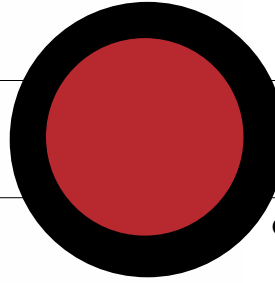




Campaña

2010

Punto



Final

a la violencia

contra las Mujeres



Red de Salud de las
Mujeres Latinoamericanas
y del Caribe, RSM-LAC



Introducción ●●●

La Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe, RSMLAC, desde sus inicios ha defendido el derecho de mujeres y niñas a vivir una vida libre de violencias, diseñando con este fin diversas estrategias de acción. Fue así como en 2007, en conjunto con Oxfam Novib, sentó las bases de un proceso consensuado con organizaciones afiliadas para promover cambios sociales y de comportamientos dirigidos a erradicar las distintas expresiones de violencia hacia mujeres y niñas, tomando como referencia la experiencia de la campaña de Oxfam en el sur de Asia y África, titulada *We Can stop All Violence Against Women We Can*. Así surge la campaña **Punto Final a la Violencia contra las Mujeres**, enfocada en la región latinoamericana y caribeña.

Textos:

Dinys Luciano

Development Connections

Producción periodística:

Ynga Villena, Maritza Vergara

Oficina de Coordinación Regional RSMLAC

Diseño y diagramación:


www.controlzeta.cl

Fotografías:

RSMLAC - Campaña Punto Final a la Violencia Contra las Mujeres

Publicado por:

RSMLAC - Campaña Punto Final a la Violencia Contra las Mujeres



¡BASTA
DE
VIOLENCIA!

● ¿Cuál es el contexto donde esta campaña se desarrolla y a cuáles desafíos intenta responder?

La violencia contra las mujeres, VCM, es uno de los problemas de derechos humanos más extendidos en el mundo entero; América Latina y el Caribe, ALC, no es la excepción. Efectivamente, en la región entre el 25 y el 69% de las mujeres informa haber sufrido violencia en su relación de pareja en algún momento de su vida, mientras que entre un 5 y un 46% de las niñas ha experimentado alguna forma de abuso sexual. La violencia en citas y noviazgo también es frecuente, así como el femicidio, la trata de mujeres y la violencia contra mujeres en situaciones de conflicto armado y desastres naturales. Aunque se han desarrollado múltiples esfuerzos tanto desde gobiernos como desde la sociedad civil para enfrentar esta situación, la cotidianidad de mujeres y niñas no da cuenta aún de una vida libre de violencias.

Durante los últimos treinta años, el movimiento feminista y de mujeres en ALC ha priorizado este tema en su lucha contra la desigualdad, discriminación e inequidades de género. Como resultado, se han implementado políticas públicas y diseñado modelos de atención integral y prevención, con distintos niveles de intervención y grupos de población abordados. Asimismo, en este ámbito se han aprobado numerosas leyes, normas y protocolos. Sin embargo, pese a estos avances, las costumbres y actitudes sociales que sustentan, aceptan y avalan la VCM están entronizadas en todos los niveles: familias, comunidades, instituciones públicas y privadas, en el lenguaje y en la cultura.

Las creencias e imaginarios sociales sostienen, por ejemplo, que las mujeres tienen menor valor que los varones y, por lo tanto, deben estar subordinadas a su dominio y control en todos los ámbitos. Así, esta

construcción patriarcal refuerza un patrón discriminatorio que limita sus derechos y oportunidades en todas las esferas de sus vidas, patrón que no ha sido suficientemente desafiado. Esto explica la severidad y extensión de la violencia y otras expresiones de discriminación hacia las mujeres en pleno siglo XXI, las que incluso han aumentado en algunos países de la región.

Por ejemplo, estudios han observado que los niveles de aceptación social de la VCM son más altos cuando ocurre una situación que “amenaza” los roles tradicionales asignados a las mujeres: negativa a tener relaciones sexuales con el esposo, es decir, a cumplir con su “deber conyugal”, infidelidad; descuido en la atención de hijos, hijas y del esposo. Por su parte, las mujeres tienden a no buscar ayuda porque: creen que la violencia que las afecta es normal o inevitable; temen que si denuncian la violencia aumentará; sienten miedo de perder a hijas e hijos; les da vergüenza afectar la reputación familiar; temen destruir la situación económico-familiar; perciben una respuesta institucional débil (“no sirve de nada buscar ayuda”); no saben dónde ir; no confían en las instituciones de ayuda; la precariedad de los mecanismos de protección y atención es una barrera para la aplicación de justicia.

No obstante, la evidencia disponible indica que las intervenciones integrales que abordan todos los factores determinantes de la VCM han resultado ser más efectivas, generando una reducción de la aceptación social del problema, al tiempo que se desarrollan las respuestas necesarias para prevenirla, atenderla y sancionarla.

La Campaña ●●●

A partir de este escenario, la **Campaña Punto Final a la Violencia contra las Mujeres** se ha propuesto abordar la erradicación de la aceptación social de la VCM, en todas sus formas, al igual que la discriminación que afecta a las mujeres, en tanto sustenta y refuerza dicho fenómeno. Para ello se propone la siguiente meta:

- **Eliminar la aceptación social de todas las formas de violencia contra las mujeres focalizando la acción, principalmente, en el cambio de patrones culturales.**

Y sus objetivos son:

- **Impulsar un cambio en las creencias sociales y actitudes** relacionadas con la discriminación, las desigualdades e inequidades de género que sustentan y promueven la VCM en América Latina y el Caribe.
- **Generar una posición colectiva** desde los distintos sectores de la comunidad y fortalecer la respuesta social e institucional para prevenir la VCM.
- **Promover**, a través de las alianzas intersectoriales, **una activa movilización social** contra la VCM.
- **Fortalecer las redes de mujeres** para: visibilizar y denunciar la problemática de la VCM; exigir e incidir en la promoción de cambios en los niveles institucionales y culturales; desarrollar un trabajo conjunto en la prevención de la VCM.



Cambios sociales ●●●

Esta Campaña, por lo tanto, aborda las distintas tipologías del fenómeno de la VCM, estableciendo que cada país podrá actuar prioritariamente sobre una o varias formas de violencia, según su contexto.

Por ello abarca:

- Violencia por parte de la pareja.
- Violencia sexual fuera de la pareja (extrafamiliar).
- Femicidio.
- Trata y tráfico de mujeres.
- Acoso sexual en el trabajo, centros educativos, en las calles, y otros lugares.
- Violencia contra las mujeres en contextos específicos (conflicto armado, desastres naturales).
- Otras formas de violencia que se identifiquen en el análisis situacional.

Y, asimismo, se propone elaborar un mapeo de actores y la evaluación de conocimientos, actitudes y experiencias de las poblaciones que se seleccionen en cada lugar.

Una importante lección aprendida en la lucha para erradicar la VCM en ALC y desarrollar estrategias de prevención primaria, es que **la provisión de información no es suficiente para generar cambios de conducta positivos y sostenidos en el tiempo, y que “el cambio de actitudes y la sensibilización parecen ser mucho más sencillos que la modificación de las conductas violentas”**. A partir de ello, la estrategia propuesta es trabajar en la prevención, acompañada y reforzada con una amplia movilización social que se abra a la reflexión sobre la VCM como violación de derechos humanos y como expresión de discriminación contra las mujeres. La Campaña “We Can”, inspiradora de esta iniciativa, fundamenta su accionar precisamente en la creación de un movimiento social contrario a la VCM.

La RSMLAC, a partir de la experiencia del movimiento de lucha contra la VCM en la región, sostiene que la creación y permanencia de un movimiento de este tipo debería cumplir con los siguientes elementos:

- **Grupo de personas que comparten la visión política** de que la VCM es una violación de los Derechos Humanos (DDHH) y que la sociedad debe enfrentarla.

- **Visión ideológica** que vincula **estrategias y acciones para el logro de sus propósitos**, y sus resultados e impacto son medibles en el tiempo.
- **Incorporación de otras personas a través de alianzas** para avanzar a cambios de actitud respecto de la VCM los que, a su vez, son difundidos a grupos de al menos 10 personas (esto implica un proceso de réplica y ampliación permanente). También se involucran organizaciones ya existentes en los distintos espacios comunitarios.
- **Incorporación de líderes de opinión y activistas con competencias para movilizar, educar, organizar y comunicar coherentemente la misión, visión, estrategias y acciones del movimiento** a la población en general, y a los subgrupos de población.
- Elaboración de **mensajes clave para las audiencias** seleccionadas.
- **Utilización de los distintos escenarios políticos y sociales a nivel macro** para avanzar en los objetivos del movimiento.

Por otra parte, Alessandra Guedes, por encargo de la Oficina de ALC de Oxfam Novib, analizó en 2007 las estrategias de cambio de comportamiento para abordar la violencia de género en ALC y así contar con una perspectiva general de las iniciativas recientes en este ámbito y compartir algunas lecciones aprendidas. Concluyó que en estos procesos es necesario¹:

- Promover cambios de abajo hacia arriba.
- Asegurar la pertinencia cultural y adecuar las intervenciones.
- Confrontar los roles de género y promover la equidad de género.
- Involucrar a hombres y niños.
- Cuestionar los roles existentes, sin prescribir conductas en particular.
- Utilizar estrategias múltiples y trabajar en conjunto.
- Reconocer que el cambio es un proceso complejo que requiere inversiones a largo plazo, así como también evaluaciones.
- No hacer daño.
- Tomar en cuenta las necesidades inmediatas de las sobrevivientes de violencia.

¹ Guedes, Alessandra. 2007. Behavior change strategies for addressing gender-based violence in Latin America and the Caribbean. Oxfam Novib.

●●● Estrategias: enfoque general²

- La Campaña ofrecerá una plataforma común para organizaciones y personas a través de la cual enfatiza el empoderamiento de las mujeres que viven o han vivido violencia en las comunidades seleccionadas de cada país. Esto promoverá sinergias e impactos a través de una campaña coordinada y con audiencias identificadas.
- Las estrategias de la Campaña responderán al contexto social, cultural, político y económico de cada comunidad seleccionada; por lo tanto, tendrá diferentes áreas o focos de interés.
- Las y los agentes de cambio, mujeres y hombres comunes, ayudarán a modificar las actitudes y prácticas sobre la violencia y la discriminación de las mujeres en sus comunidades. Serán parte integral de la Campaña.
- Las organizaciones de las alianzas locales, junto con las y los agentes de cambio, diseminarán mensajes relativos a la VCM como un fenómeno inaceptable, sobre la importancia de las relaciones igualitarias y libres de violencia entre mujeres y hombres, y cómo las actitudes y prácticas negativas hacia las mujeres pueden y deben cambiar.

2 Adaptado de "We can" Objectives and Strategies. Disponible en: <http://www.wecanendvaw.org/objectives-strategy>



Aliadas/os de la Campaña ●●●

La construcción de alianzas es un eje clave para asegurar la sostenibilidad de la Campaña. Un grupo inicial de organizaciones con las que las afiliadas de la RSMLAC tienen una historia de trabajo conjunto, conformará la alianza que impulsará la Campaña. Gradualmente las alianzas se ampliarán para incluir otras organizaciones de la sociedad civil, instancias gubernamentales, agencias internacionales, organizaciones educativas y estudiantiles, sindicatos y otros.

Las alianzas nacionales/locales guiarán el diseño de la Campaña con actividades hacia el público en general y hacia tomadoras/es de decisión, para cambiar normas sociales y leyes discriminatorias que promueven la VCM, al igual que para fortalecer y ampliar las redes existentes. Es importante establecer mecanismos de coordinación con otras campañas que aborden la VCM y/o temas conexos, tales como derechos humanos, derechos sexuales y derechos reproductivos, VIH/ITS, u otros.

Las alianzas nacionales y la Coordinación Regional de la Campaña trabajarán con:

- **Grupos de la sociedad civil y otras redes** que buscan eliminar la VCM en sus comunidades, y tienen un vínculo personalizado con la población y pueden influir en sus opiniones.
- **Personas y comunidades en cada localidad** seleccionada que decidan desafiar las normas y prácticas sociales que sustentan la VCM.
- **Instituciones educativas**, incluyendo escuelas, universidades, centros de formación técnico-profesional, en las cuales estudiantes y trabajadoras/es pueden ser agentes de cambio, y transformar actitudes y prácticas con sesgos discriminatorios de género.
- **Medios de comunicación locales**, nacionales y regionales que puedan generar debate público sobre las discriminaciones, desigualdades e inequidades de género, y su vínculo con la VCM.
- **Celebridades que puedan patrocinar** la Campaña y lograr apoyo masivo para esta iniciativa.





GRATUITA Y ACCESIBLE
PARA TODAS!!!

CHILE
HASTA D
GLESIA
DE
TRAS

RESTAURACION
DE LA AGROPECUARIO
DE LA RIVERA
LAS POLÍTICAS
PARA TODAS LAS
PERSONAS!

civil Sociedad

Agentes de cambio y Mentoras/es ●●●

- La Campaña asegura que las personas pueden ayudar a otras a cambiar sus percepciones y prácticas. En esta interacción, aprenden entre ellas e inician un proceso de acción colectiva en articulación con otros procesos políticos, sociales y culturales, lo que genera un cambio individual y colectivo frente a la VCM. Dicho proceso tiene el poder de transformar las conductas individuales y las relaciones interpersonales, y asimismo trabaja con grupos de agentes de cambio que están involucradas/os en un proceso de concientización-acción como personas y como grupo. El cambio de actitudes puede ser estimulado y reforzado, pero nunca forzado.
- Las y los agentes de cambio son personas interesadas en su cambio personal y motivar a otras para que en sus entornos –familias, relaciones interpersonales, comunidad, lugar de trabajo y/o estudio– surjan actitudes y conductas posi-

tivas hacia las mujeres y se las reconozca como sujetas de derechos. Así se favorecen normas alternativas de relación.

- Las y los agentes de cambio pueden ser personas de todas las edades, desde menores hasta adultas/os mayores, de cualquier condición socioeconómica, lugar de residencia, etnia/raza, orientación sexual, estatus migratorio, estado de salud, discapacidad, u otros.

A su vez, las/os Mentoras/es son personas voluntarias interesadas en acompañar, orientar, dar apoyo, estímulo, solidaridad, a las y los agentes de cambio para producir transformaciones en las distintas esferas de sus vidas en torno a la VCM. Trabajan bajo la coordinación de las organizaciones integrantes de las alianzas nacionales de la Campaña, y reciben capacitación, retroalimentación y supervisión.



El desafío ●●●

Finalmente, “porque la violencia contra la mujer constituye una violación de sus derechos humanos y libertades fundamentales”..., “porque la violencia contra la mujer es una ofensa a la dignidad humana y una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres”..., porque el derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros:

el derecho a ser libre de toda forma de discriminación, y a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación” (Convención de Belem do Pará, 1994), la Campaña Punto Final a la Violencia Contra las Mujeres está convencida que la VCM puede ser erradicada de nuestras sociedades, con esfuerzos mancomunados que nos comprometen a todas y todos.

Elementos ético-políticos ●●●

- La VCM es un problema estructural en nuestras sociedades que refleja la desigualdad de poder entre mujeres y hombres, y cuyas manifestaciones son múltiples y están presentes tanto en lo público como en lo privado.
- El Estado debe ser garante del derecho de las mujeres a vivir libres de violencia, y es la entidad responsable de prevenir, erradicar y sancionar la VCM.
- La VCM es un fenómeno polimorfo y tiene dimensiones y características específicas según cada contexto político, económico, social y cultural. Para su prevención, se requiere un enfoque de género y feminista que aborde integralmente sus distintas manifestaciones, al igual que un abordaje multisectorial.
- La Campaña Punto Final a la Violencia Contra las Mujeres se enfocará en la defensa y promoción de los derechos humanos de las mujeres y su reconocimiento como sujetas de derecho, no sólo en lo formal, sino en la práctica cotidiana, y como agentes centrales para lograr cambios sociales sostenibles.

- La Campaña Punto Final a la Violencia Contra las Mujeres, no es un fin en sí misma, sino un medio para lograr una intervención más amplia en el contexto social a través de la creación de un movimiento social amplio dirigido a desafiar, denunciar y erradicar la discriminación de las mujeres en nuestra sociedad. Incorpora, al mismo tiempo, la interculturalidad que caracteriza la región y reconoce las diferencias de sus cosmovisiones.

El sustento teórico de esta propuesta tiene como base el sistema internacional de derechos humanos, en especial, la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, CEDAW; la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, “Convención de Belem do Pará”; y la Declaración para la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres de la ONU.

Campaña

2010

Punt  **Final**
a la violencia contra las Mujeres

www.campanapuntofinal.org

con el apoyo de

