

Relato Campaña Punto Final en la Violencia Contra las Mujeres y Niñas – Brasil

Responsable: Secretaria Ejecutiva de la Red Nacional Feminista de Salud Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos – Coordinación Ejecutiva de la Campaña Punto Final – Brasil

Avenida Salgado Filho, 28, cj 601 – Porto Alegre – Rio Grande do Sul

–

Brasil – CEP 90010220 – Fone 55 51 32124998 – Email:

redfeminista@uol.com.br

www.redesaude.org.br

Informe referente al periodo de Enero a marzo de 2011



Relato Campaña Punto Final en la Violencia Contra las Mujeres y Niñas - Brasil

INTRODUCCIÓN:

El presente informe narrativo presenta un breve balance de actividades realizadas en el primer trimestre de 2011 hasta el 31 de marzo. El mismo se dividirá en 5 ítems y sus anexos, más el Informe Financiero, para ser fácilmente comprendido.

- Reestructuración de la coordinación nacional de la Campaña Punto Final en el Brasil y equipo de trabajo;
- Planificación de actividades en nivel nacional y local;
- Medidas de carácter administrativo, de gestión y recursos;
- Estrategias y actividades desarrolladas en el ámbito local;
- Aspectos del área de la comunicación.
- Informe Financiero.
- Anexos

Cada parte contiene la identificación de desafíos y obstáculos, así como también las estrategias para su superación.

REESTRUCTURACIÓN DE LA COORDINACIÓN DE LA CAMPAÑA Y EQUIPO DE TRABAJO

Las actividades de la coordinación ejecutiva de la Campaña Punto Final se iniciaron en el año 2011 con una agenda de reuniones entre las redes y organizaciones que componen la coordinación nacional y local de la Campaña. Las primeras reuniones tuvieron como objetivo realizar una evaluación transparente y objetiva sobre las atribuciones de cada una y su posición institucional en el desarrollo de las acciones de Punto Final.

En el ámbito de la coordinación nacional se discutió sobre las reales posibilidades de continuidad de la organización Agende – Acciones en Género, Ciudadanía y Desarrollo -, en este nivel de la coordinación. Concretamente fueron verificadas

las dificultades institucionales que limitarían las posibilidades de aporte de recursos técnicos y políticos de esa institución para la Campaña Punto Final, ya que pasa por momentos de mayor fragilidad en lo que respecta a su infraestructura organizacional.

Por lo tanto, existieron impedimentos de orden concreto para una participación en la coordinación nacional y fue evaluado que, en este momento, no estaban las condiciones necesarias para pasar el cúmulo teórico y político en el campo de la VCM que esta institución construyó, impidiendo, así, su mantención en esta instancia de la Campaña.

Al mismo tiempo, se evaluó como necesario el fortalecimiento de la participación de la Red de Hombres por la Equidad de Género – RHEG -, considerando las metas establecidas a nivel regional para el año 2011, de la intensificación y la consolidación de las intervenciones dirigidas a los hombres y jóvenes con vistas a ampliar la población masculina comprendidas por las estrategias para cambiar comportamientos. Una evaluación del proceso de trabajo con esta red en el año anterior apuntó que, por ser una red nacional con sede en otro estado, geográficamente muy distante de la coordinación ejecutiva, hubo cierta lentitud en la comunicación entre los integrantes de la Red para tratar la planificación y las decisiones. Una vez superado este obstáculo, fueron insertadas en el grupo de e-mails de la coordinación nacional todas las entidades que hacen parte de la RHEG con la intención de posibilitar el acompañamiento de las discusiones y estimular la planificación de acciones conjuntas con responsabilidades compartidas.

En relación a la coordinación nacional, la entidad Colectivo Femenino Plural designó una nueva representante, Terezinha Vergo, con experiencia y especialización en el área de la VCM. En este sentido, hubo una inversión en las primeras reuniones del 2011 en el rescate histórico del proceso de constitución e implementación de la Campaña Punto Final con vista a contribuir en la incorporación de la nueva integrante de la Coordinación.

En relación a la Coordinación Local se decidió por la continuidad de las entidades Maria Mujer – Organización de Mujeres Negras, Asociación Comunitaria del Campo de la Tuca, Themis – Asesoría Jurídica y Estudios de Género y Colectivo Femenino Plural. Sin embargo, con la propuesta de fomentar una mayor autonomía en relación a la ejecución de las actividades, más allá de sus representaciones en el equipo local. Por lo tanto, se optó por reestructurar al equipo local no con representaciones de las entidades, si no a través de un proceso de selección de mujeres residentes en las comunidades donde se realiza la experiencia-piloto y la inversión en la asociación de acciones propuestas e impulsadas por las entidades coordinadoras. El equipo local entonces fue estructurado con un menor número de integrantes (2) y con mayor número de horas de trabajo (20hs semanales).

Con la intención de fortalecer las entidades participantes del Comité Local y Directorio Nacional y acercarlas a la Campaña en el primer trimestre del 2011 se envió a todas las entidades un informe de las actividades de la Campaña, la producción de los nuevos materiales impresos (cartas postales) y de medios electrónicos (video institucional y “mensajes”), además se incluyó ejemplares de los productos de comunicación del año pasado.

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES EN LOS NIVELES NACIONAL Y LOCAL

Entre enero y marzo del 2011, se realizaron reuniones de Coordinación y del equipo de trabajo, con la finalidad de elaborar, aprobar y poner en ejecución la planificación de actividades, con la duración de 12 meses (Anexo 1). Para la realización de la planificación fueron definidas las metas de la Campaña Punto Final para el año 2011 que son:

METAS 2011	INDICADORES
CONSOLIDAR LA CAMPAÑA PUNTO FINAL COMO UNA REFERENCIA NACIONAL EN LA LUCHA POR EL FIN DE LA VCM	<ul style="list-style-type: none"> • REUNIONES NACIONALES DE ARTICULACIÓN • APOYO INSTITUCIONAL Y DE SEGMENTOS – SELLO DE

	ADHESIÓN "YO HAGO PARTE DE LA CAMPAÑA PUNTO <ul style="list-style-type: none"> • DIFUSIÓN DE MATERIALES Y VIDEOS
PROFUNDIZAR EL ENFOQUE DE LA PREVENCIÓN PRIMARIA Y CAMBIOS DE COMPORTAMIENTOS ACTITUDINALES	<ul style="list-style-type: none"> • REALIZACIÓN DEL SEMINARIO INTERNACIONAL, CAPACITACIONES Y TALLERES. • PUBLICACIÓN
CONSOLIDAR Y AMPLIAR LA EXPERIENCIA LOCAL	<ul style="list-style-type: none"> • GRUPOS DE AGENTES DE CAMBIO EN CINCO NUEVAS COMUNIDADES CON UNA AGENDA POLÍTICA Y CULTURAL
CONSOLIDAR Y AMPLIAR LA PRESENCIA DE JOVENES, HOMBRES Y MUJERES.	<ul style="list-style-type: none"> • GRUPOS, REDES Y ENTIDADES DE HOMBRES, JOVENES Y MUJERES PARTICIPANTES, ABORDANDO EL RACISMO, SEXISMO Y HOMOFOBIA.

La planificación de las actividades para el 2011 se fundamentó en las evaluaciones realizadas en el propio país, en el final del periodo anterior, y en las orientaciones de las evaluaciones regionales entre los 4 países. La elaboración de la planificación con la participación y propuestas de todas las integrantes de la coordinación nacional. La participación en la reunión de planificación local también fue importante para el fortalecimiento de las decisiones, como la expansión de las acciones locales para otras comunidades de la región, cerca de donde se realiza la experiencia piloto.

MEDIDAS DE CARÁTER ADMINISTRATIVO, DE GESTIÓN Y RECURSOS.

La gestión de los recursos de la Campaña Punto Final se mantiene a través de la Red Feminista de Salud en asociación con el Colectivo Fememino Plural. Para impulsar la ejecución de actividades por las entidades coordinadoras se decidió realizar un simbólico aporte de recursos financieros para el fortalecimiento institucional y, por consiguiente, el fortalecimiento de las acciones de la Campaña dentro de las organizaciones coordinadoras nacionales.

En relación al equipo ejecutivo de trabajo en el primer trimestre del 2011 fue mantenido el equipo de Coordinadoras (General y Adjunta), una asesora de

comunicación, una asesora de gestión y una asistente de coordinación. Se renovó por más de seis meses el contrato con la empresa de contabilidad y de apoyo en lo informático.

El Equipo Local, está compuesto por dos personas que actúan en la región del Partenon, identificadas para la expansión de la Campaña Punto Final. De acuerdo con el cronograma previsto, se compró material de consumo y de manutención del espacio físico, de las comunicaciones, recursos humanos y traslados.

ESTRATÉGIAS Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EL ÁMBITO LOCAL

Para el desarrollo de las metas previstas para el 2011 en el nivel local fue planificado un mapeo de la región cercana al Campo de la Tuca para identificar posibles comunidades para recibir acciones y actividades de la Campaña. En la misma dirección, se realizaron reuniones con la Asociación Comunitaria del Campo de la Tuca para reforzar la alianza ya establecida.

El mapeo realizado en el mes de marzo identificó a la comunidad de São José, Morro de la Policía y Morro de la Cruz como posibles lugares para las actividades y acciones de la Campaña. Este mapeo consideró los mismos criterios utilizados por el mapeo de actores y análisis situacional realizado en el 2009. Se identificó en estas comunidades mapeadas, la presencia de líderes femeninas de asociaciones habitacionales y trabajo comunitario. Además, personas de la comunidad ya habían participado en alguna acción de la Campaña Punto Final, mostrando interés por el tema, así como dos entidades comunitarias ya son integrantes del Comité Local.

Con el propósito de fortalecer el movimiento de mujeres de Porto Alegre se inició en el mes de enero la participación de la Campaña Punto Final en las reuniones del Fórum de Mujeres del municipio de Porto Alegre. En estas reuniones se estableció un calendario de actividades para el mes de marzo en alusión al día internacional de las mujeres. La idea de organizar un bloque de carnaval de las

mujeres de Porto Alegre fue una de las actividades propuestas en estas reuniones y que recibió el apoyo de todo el movimiento.

Verificando el potencial de la actividad en el fortalecimiento del grupo, la Campaña Punto Final organizó una de las filas del bloque. Para ello, se dispuso de ropas (vestidos) y adornos para 50 mujeres del Campo de la Tuca. De manera de promover nuevos espacios para la reflexión y el empoderamiento de las mujeres se organizó un taller en asociación con la Asociación Comunitaria del Campo de la Tuca para que las mujeres pudiesen fabricar sus propios adornos.

Integrando la agenda del Fórum Municipal de Mujeres se organizó un ciclo de debates, el cual contempló el tema de la violencia contra las mujeres y con espacio para la presentación de la Campaña Punto Final y de adhesión a la misma.

En alianza con la Asociación de Funcionarios de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul la Campaña Punto final estuvo en el Parque de la Redención apoyando la iniciativa con distribución de materiales y sensibilización de la población para el tema de la violencia contra las mujeres.

También como actividad relativa al 8 de marzo, se incorporó la programación de un Ciclo de Cine en la Casa de los Bancarios, importante entidad de trabajadoras y trabajadores del sistema financiero, donde fueron exhibidos los videos de la Campaña Punto Final en el inicio de todas las sesiones de cine.

En este período la Campaña Punto Final fue invitada a integrar la banca examinadora del Premio de Derechos Humanos de la Asociación de Magistrados de Rio Grande do Sul, una oportunidad para aproximarse a las universidades de ciencias jurídicas y sociales e introducir el tema de la violencia de género en las actividades de difusión del Premio.

A la invitación del Consejo Municipal de los Derechos Infantil y Adolescente, la Campaña Punto Final acompañó el desarrollo de la capacitación para la red de atención a niños/as y adolescentes víctimas de violencia sexual. Se incorpora en las próximas actividades la realización de una caminata para dar visibilidad al Día Nacional de Combate al Abuso y a la Explotación Sexual de Niños/as y Adolescentes (18 de mayo).

Se destaca la presentación de la Campaña Punto Final en la Cámara de Concejales de Porto Alegre en la conmemoración del 8 de marzo y del lanzamiento en los hospitales del Grupo Hospital de Concepción, dando la oportunidad de diseminar los contenidos de la Campaña Punto Final. Uno de los resultados de esta acción fue el compromiso de todos los concejales de la ciudad en la fila de la Campaña Punto Final. Cabe también señalar el registro de otro aspecto positivo de esta movilización carnavalesca, que fue la adhesión de la Corte del Carnaval de Porto Alegre, resultado del encuentro de esta consultora con el Rey Momo Fábio Verçozza. Motivado por el llamado y contenido de la Campaña, la Corte Carnavalesca se comprometió favoreciendo que el taller se realizara en el Galpón de Reciclaje de la Asociación Comunitaria del Campo de la Tuca – ACCAT.

Con la organización de la Comisión de Salud de la Mujer del Consejo de Salud de Porto Alegre, la Campaña Punto Final se hizo presente en todas las reuniones, dirigiendo el monitoreo de los derechos de las mujeres en el ámbito de la salud y el fortalecimiento del espacio.

Por fin, la Campaña integra un grupo de trabajo para la discusión de un Centro de Referencia Municipal para la atención de las mujeres en situación de violencia, a solicitud de la invitación de la Coordinación Municipal de la Mujer, ya que en la ciudad hay apenas el estadual que asumirá, a partir de la creación del municipal, la función de articulador de políticas públicas y de capacitaciones en Rio Grande do Sul.

Todavía se mantienen las demás representaciones de la Campaña Punto Final, tanto en el Fórum Permanente de Violencia Doméstica y Familiar y en el Núcleo de Prevención de la Violencia del Municipio de Porto Alegre.

COMUNICACIÓN

Una de las metas trazadas por la Asesoría de Comunicación de la Campaña Punto Final en la Violencia contra las Mujeres y Niñas para el primer trimestre del año fue mejorar e intensificar la difusión de la Campaña a nivel local y en diversas regiones del país.

Se estableció como tarea inicial la actualización de los contactos con la prensa de Porto Alegre y los principales medios de comunicación del Rio de Janeiro, Sao Paulo y Brasilia, centros de producción y difusión de la información en Brasil. El objetivo era fortalecer el contacto con los profesionales de comunicación interesados en el asunto e identificar cuáles son los sectores de esos periódicos que establecen coberturas para lo que la Campaña Punto Final se propone. Fue intensa la búsqueda de sitios con mayor sensibilidad a las solicitudes para presentar esta temática a través de envío de comunicados.

Otro aspecto fue retomar la difusión de los materiales audiovisuales producidos (video institucional y otros - mujer, adolescente y hombre) que trabajan el contenido de la Campaña Punto Final. El retomar esos productos tuvo la intención de abrir espacios en las redes de televisión del Estado e igualmente su cobertura nacional.

La Fundación Cultural Piratini – TV Educativa y Radio FMCultura, emisora de cobertura estatal, ofreció su apoyo a la Campaña, volviéndose la primera TV del Estado de Rio Grande do Sul de difundir los mensajes para la sociedad gaúcha. Por correo enviado, el Departamento de Marketing destacó que “la Fundación

Cultural Piratini se siente honrada en apoyar el proyecto de tal importancia para el desarrollo de los derechos humanos en toda América Latina”.

La difusión de los “mensajes” fue una oportunidad de la presencia de las coordinadoras, como también de la asistente de coordinación del Programa de Ciudadanía, con abordaje periodístico y dedicado específicamente para asuntos culturales y sociales, durante el mes de febrero y marzo.

El apoyo de la cineasta Mirela Kruehl responsable de la creación del video y de los mensajes logró insertar a la Campaña Punto Final en la RBSTV, durante el mes de marzo. La emisora pertenece al Grupo RBS y es afiliada de la Red Globo, una de las mayores emisoras, líder en audiencia en Brasil. La emisión tuvo inicio el día 1º de marzo y perduró hasta el día 31 del mismo mes.

Además de la TV Educativa y RBSTV, los mensajes de la Campaña Punto Final están siendo mostrados en los canales TV SBT Canal 5 de Porto Alegre, TV Ulbra y TV Feevale.

Con la colaboración de integrantes del equipo de la Red Feminista de Salud fue posible detectar que los productos fueron mostrados en horarios de gran audiencia, denominados “horarios nobles” (horarios de máxima audiencia), en los intermedios de programas que despiertan gran atención de los telespectadores.

En la planificación comunicacional trazada para este ejercicio, además de las actualizaciones del link Noticias del sitio de la Campaña Punto Final y de las redes sociales (orkut y twitter), tarea que cuenta con la contribución de la asistente ejecutiva, quedó definida la creación del boletín on line Campaña Punto Final para ser difundido en el trimestre próximo dirigido, especialmente, a las organizaciones y nuevas asociaciones integrantes del Comité Local y Directorio Nacional.

La producción de mensajes, contó con una asesoría específica de prensa para la Campaña dando pautas a los medios impresos, radiofónicos y televisivos. Los materiales sobre la Campaña fueron divulgados en Comunica Red, boletín on line de la Red Feminista de Salud.

Teniendo como objetivo posicionar la Campaña Punto Final en relación a los altos índices de asesinatos en la región, se emitió en marzo de 2011, una nota de denuncia en que alertó acerca de los “altos índices de asesinatos de mujeres en nuestro país y sus semejanzas con el feminicidio de toda América Latina y el Caribe”. Todavía estamos en fase de colecta de firmas, la petición cuenta con cerca de 160 firmas. La nota fue difundida por diferentes sitios y boletines.

En la WEB - Alertas de Google - se consigue observar y monitorear el uso de asuntos relativos y relevantes a la Campaña Punto Final. La Campaña está entre los diez primeros links en el sitio de búsqueda de Google, primordial fuente de referencia, utilizándose “tags”: campaña, mujer, violencia, niñas, violencia sexual. Los “Alertas de Google” han sido una buena herramienta auxiliar en la detección del noticiario de la Campaña Punto Final como algo nuevo (anexo 3).

PERSPECTIVAS FINALES

El primer trimestre de la Campaña en el 2011 fue marcado por un período de planificación de actividades y de una articulación con el movimiento de mujeres para la ejecución de una agenda intensa de actividades en conmemoración al día internacional de las mujeres ejecutadas durante todo el mes de marzo. Esta tarea fue potenciada porque en este período del año las personas e instituciones no ejecutan otras acciones.

Podemos identificar como un cambio estructural y permanente retomar la importancia del Fórum Municipal de Mujeres en relación al espacio de movilización y articulación. El proceso de reestructuración del Fórum fue alcanzado a través de la construcción de una agenda colectiva de actividades en las cuales todas las

organizaciones de mujeres de alguna forma contribuían para su realización, culminando en la plenaria en que fue electa una nueva coordinación para el Fórum.

En este sentido, la intervención de la Campaña Punto Final en el espacio del Fórum contribuyó para su fortalecimiento, articulando su reestructuración.

El compromiso de la Asociación Comunitaria del Campo de la Tuca en la movilización del bloque de Carnaval fue un resultado positivo que no se esperaba. La experiencia e interés de la entidad y la comunidad en las actividades de carnaval revelaron la capacidad de la Asociación en la movilización y ejecución de acciones de forma planeada. En este sentido, algunas dificultades encontradas en la organización de actividades anteriormente propuestas por la Campaña pueden estar relacionadas a una falta de identificación con las actividades propuestas, generando una inversión limitada para la realización. Se reafirma, así, la necesidad de identificar acciones que sean de interés de la comunidad, especialmente en relación a las actividades culturales.

Se estima que por las actividades de la Campaña Punto Final en este primer trimestre del 2011 fueron alcanzadas directamente cerca de 1000 personas. Se registró una media de mujeres más elevada en todas las actividades desarrolladas en relación a los hombres, en torno al 70%.

Se registra, el acceso de 2316 personas al sitio de la Campaña Punto Final, 214 participantes de las redes sociales (Twitter, Orkut y Youtube) y 4750 exhibiciones de los videos de la Campaña Punto Final en el sitio youtube. La exhibición de los videos de la Campaña Punto Final en 6 emisoras alcanzó un gran número de personas de difícil medición. Para ilustrar, la emisora RBS TV que insertó los vídeos de la Campaña Punto Final en su programación por el periodo de 30 días, cuenta con una audiencia de 17 millones de telespectadores¹.

¹ Información obtenida en: <http://www.rbs.com.br/midias/index.php?pagina=televisao>

Porto Alegre, abril de 2011.

Responsables del Relato: Telia Negrão – Coordinadora General; Maria Luísa Pereira de Oliveira – Coordinadora Adjunta; Renata Jardim - Asistente de Coordinación y Vera Daisy Barcellos Costa – Consultora de Comunicación