

Fuente: Ministerio de Igualdad

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN IBEROAMÉRICA

Lunes, 14 de septiembre del 2009 / NACIONAL

La XVIII Cumbre Iberoamericana celebrada en San Salvador en 2008, mandató a la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ), desarrollar una campaña de sensibilización contra la violencia de género apoyada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID.



1. ANTECEDENTES

La violencia de género es la mayor y más cruel muestra de la desigualdad entre hombres y mujeres que aún hoy existe en nuestras sociedades. La violencia de género atenta contra la libertad y la vida de las mujeres y evidencia un déficit democrático en cuanto a los plenos derechos de ciudadanía de las mujeres. La magnitud del fenómeno violento cuestiona día a día los derechos fundamentales de millones de mujeres en todo el mundo. Es pues, obligación de los Gobiernos y del conjunto de los poderes públicos, garantizar los derechos reales de todas las mujeres, asegurar el pleno ejercicio de su condición de ciudadanas, proteger su seguridad y, sobre todo, proteger sus vidas.

La XVIII Cumbre Iberoamericana celebrada en San Salvador en 2008, mandató a la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ), desarrollar una campaña de sensibilización contra la violencia de género apoyada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID.

Así ha nacido el movimiento, la primera campaña conjunta contra la violencia de género en Iberoamérica, con el objetivo de apoyar y enriquecer las campañas locales existentes, ofreciendo un mensaje común para la región además de concienciar a la juventud y a la sociedad en general sobre la violencia de género con el fin de erradicarla.

Los materiales desarrollados para la campaña se han enviado a los Mecanismos de adelanto de la mujer y a las Organizaciones de juventud de los 22 países miembros de la Conferencia Iberoamericana. La SEGIB y la OIJ han planteado las líneas generales de actuación, pero son los propios países quienes van a desarrollar ideas locales y/o acciones especiales que contribuyan a lograr una mayor notoriedad y difusión.

En España, el Ministerio de Igualdad, encargado de liderar la lucha contra la violencia de género, será el responsable de implementar esta campaña y hacerla llegar a la población. El trabajo desarrollado hasta ahora por el Ministerio de Igualdad es claramente coincidente con los objetivos de esta campaña. Por un lado, el

convencimiento de que la violencia de género solo se puede erradicar desde la prevención en las edades más tempranas y por otro, que es una lucha de toda la ciudadanía. La suma de voluntades y esfuerzos a la hora de proteger a las mujeres víctimas, de rechazar a los maltratadores y de decir bien alto y claro “tolerancia cero” contra la violencia de género es nuestro mejor instrumento para conseguir una sociedad más justa, más democrática, más moderna. Una sociedad mejor. En los últimos años, el Gobierno de España ha desarrollado un intenso trabajo de sensibilización sobre esta lacra social. El movimiento Maltrato Zero se incorpora de esta manera a todo el esfuerzo realizado hasta ahora, como un paso más y con la importante característica de ser un trabajo coordinado con toda Iberoamérica para la lucha contra la violencia de género.

2. FILOSOFÍA MALTRATOZERO

Maltrato Zero pretende ir más allá de realizar una campaña puntual contra la violencia de género en la que se expongan sus consecuencias. La idea es desarrollar un planteamiento preventivo de largo recorrido en el tiempo, que ataque el problema desde su raíz y que involucre a todos los miembros de la sociedad conjuntamente. Se busca crear un movimiento social, que implique a mujeres y hombres de Iberoamérica y que actúe como plataforma y paraguas de toda la campaña de concienciación y prevención.

Una campaña dirigida a las y los jóvenes y extensiva al resto de la población con un mensaje claro y positivo que nace, crece y se extiende voluntariamente desde la propia ciudadanía.

Se trata de una campaña basada en testimonios de hombres y mujeres jóvenes de toda Iberoamérica hablando directamente a la cámara con un mensaje claro y fuerte:
Mujer: “De todos los hombres que haya en mi vida, ninguno será más que yo”
Hombre: “De todas las mujeres que haya en mi vida, ninguna será menos que yo”

3. SITUACIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN IBEROAMÉRICA

Urge la necesidad de contar con una estadística común, hasta ahora inexistente, entre todos los países que integran la comunidad iberoamericana que permita elaborar una línea de base desde la cual monitorear y evaluar el efecto de las políticas, legislaciones y programas. En aquellos países en los que se han realizado encuestas sobre el tema, los indicadores no representan la magnitud de la violencia sobre una base homologable y comparable en el tiempo y al interior de la región. Con el fin de reducir estas deficiencias, se ha constituido y está trabajando el Observatorio para la Igualdad de Género de América Latina y Caribe y en el que participa el Gobierno de España y la SEGIB.

4. CAMPAÑA MALTRATOZERO: Da la cara contra el maltrato
Para el desarrollo de los spots de televisión, cuñas de radio y el resto de materiales ha participado un gran número de personas jóvenes de toda Iberoamérica, con diferentes acentos y lenguas, así como personajes públicos del mundo del deporte, el cine, la música, la danza y la televisión. Todos han prestado su colaboración sin ánimo de lucro, cediendo su imagen para la campaña comprometiéndose con el movimiento Maltrato Zero. La campaña ha contado asimismo con la colaboración desinteresada de Maria Escario periodista, de la cineasta Cristina Andreu, el actor Javier Cámara, el

cantante Dani Martín, la actriz Angie Cepeda, el futbolista Diego Forlán, el actor y director Tristán Ulloa, la cantante Chenoa, la cantante y bailarina Flavia-N y el modelo y actor Enmanuel Esparza.

www.maltratozero.es

La presencia del proyecto en Internet, medio habitualmente utilizado por los y las jóvenes, juega un papel fundamental para que la campaña y el movimiento sean efectivos. Por ese motivo, ha sido imprescindible la creación de una microsite general, www.maltratozero.es, dirigido al público de toda Iberoamérica, disponible en castellano y portugués. Asimismo, se han tenido en cuenta las herramientas on line fundamentales para la expansión y acercamiento al público al que va dirigida la campaña, como son las redes sociales más populares (Facebook, Hi5, Orkut) y sitios web multimedia como Youtube y Flickr, entre otros.