

Campaña El Silencio Mata



Datos Básicos

Localización Paraguay

Web www.mujer.gov.py

Periodo de Duración Noviembre 2008 – Diciembre 2009

Tema que aborda la experiencia Violencia contra las mujeres: Estrategias de prevención.

Datos de Contacto

Nombre de la Entidad Secretaría de la Mujer de la Presidencia de la República de Paraguay

Persona de Contacto Celeste Molinas Cáceres. Directora de Comunicación y Cultura Democrática

Teléfono +595 21497815 / +595 981509552

Correo Electrónico molinas.celeste@gmail.com ; cmolinas@mujer.gov.py

Síntesis

La campaña "El Silencio Mata" es una iniciativa comunicacional dirigida a sensibilizar y promover la denuncia de los casos de violencia, lanzada por la Secretaría de la Mujer de Paraguay el 25 de noviembre de 2008, en el marco

de los 16 Días de Activismo. La campaña incluye piezas comunicacionales como camisetas, volantes, collares para celulares, gorras y anuncios de radio y televisión. El Presidente de la República, la Ministra de la Mujer y

otras autoridades nacionales participaron en los anuncios como muestra del compromiso del Gobierno en la lucha contra la violencia hacia las mujeres.

Contexto

Necesidades

El Servicio de Apoyo a la Mujer (SEDAMUR) de la Secretaría de la Mujer de Paraguay, atiende a una media diaria de 20 mujeres víctimas de violencia doméstica e intrafamiliar, sexual, física, económica y/o psicológica. El mensaje central de la campaña enfatiza la necesidad de denunciar las situaciones de violencia, y advierte que el silencio es contraproducente y puede llevar a la muerte. En noviembre de 2009, la campaña insistirá en este mensaje.

Precondiciones

1. Es fundamental que exista un ente rector de las políticas de género que realice campañas de sensibilización para empoderar a las mujeres, incrementar su percepción de seguridad y proveer información sobre dónde solicitar apoyo.
2. Se precisó de la ayuda financiera de la cooperación internacional para llevar a cabo la campaña. Lo ideal sería que la institución dispusiera de un presupuesto asignado para este fin, e incluso que se pudieran mantener campañas durante

- todo el año y sobre diferentes temáticas.
3. Se requiere que el gobierno tenga una postura formal de apoyo a la lucha contra la violencia y que lo demuestre con acciones concretas.

Información General

¿QUÉ SE LOGRÓ?

1. A lo largo del año 2008, la Dirección de Apoyo a la Mujer de la Secretaría de la Mujer atendió 2035 casos de violencia de género. Entre enero y agosto del 2009, se atendieron 1826 casos. El incremento de 657 denuncias (35%) está vinculado a la percepción de que el silencio sobre la violencia contra la mujer contribuye a empeorar la situación. Estas cifras corresponden a los casos atendidos solo por la Secretaría de la Mujer. No existen cifras consolidadas a nivel nacional, pues el país no cuenta aún con un registro único de casos.

¿CÓMO SE LOGRÓ?

- El proceso se inició en la Secretaría de la Mujer de la Presidencia de la República, en el marco de la implementación del III Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, que contempla medidas dirigidas a la lucha contra la violencia hacia las mujeres y la trata de personas.
- Se logró involucrar en la campaña al Presidente de la República, el Ministro de Comunicación, la Ministra de la Niñez y la Adolescencia y otras autoridades.

¿QUIÉNES LO HICIERON POSIBLE?

La Secretaría de la Mujer de la Presidencia de la República. La Presidencia de la República.

Las personas de la sociedad civil que participaron en la iniciativa. El apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE ESTA EXPERIENCIA?

Principales Fortalezas:

- Apoyo político de alto nivel.
- La lucha contra la violencia está enmarcada en una política de Estado.
- La existencia de un mecanismo nacional –Secretaría de la Mujer– con el mandato específico de cumplir con esa política de Estado.

Dificultades:

- La transversalidad de la política de Estado está todavía en proceso de construcción.
- Bajo presupuesto.
- La campaña se emitió durante poco tiempo.

¿QUÉ APRENDIMOS?

- A pesar de que el anuncio se emitió durante muy poco tiempo en la televisión, se incrementó el número de mujeres que se sintieron convocadas y acudieron a denunciar.
- La publicidad constante por parte de los medios de comunicación de las actividades de lucha contra la violencia es fundamental para llegar a cada mujer y hombre que habita el Paraguay.