



INFORME DE DESARROLLO

CAMPAÑA MALTRATOZERO

I INTRODUCCIÓN

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

De esta manera nació la campaña MALTRATOZERO, la Primera Campaña Iberoamericana de Sensibilización contra la Violencia de Género. La campaña buscaba sensibilizar a la población y en particular a las nuevas generaciones, través de la exposición de las consecuencias negativas de la violencia machista, desarrollando un planteamiento preventivo que atacara el problema de la violencia de género desde su raíz e involucrando a todos los miembros de una sociedad. La idea desde su génesis, **fue crear un movimiento social, el movimiento MALTRATOZERO, que implicara a los y las jóvenes de Iberoamérica.**

II OBJETIVOS

Los objetivos que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de la campaña fueron:

- La campaña MALTRATOZERO debería apoyar y enriquecer las campañas locales existentes -tanto de los organismos de Mujer, como los de Juventud- ofreciendo un mensaje común para Iberoamérica.
- Lograr una alta implicación de los gobiernos nacionales de la región en el tema de la violencia de género, tratando de ganar un espacio en las agendas del país y en el desarrollo de políticas públicas relacionadas a prevenir esta lacra social.
- Concienciar a los jóvenes y a la sociedad iberoamericana en general sobre la violencia de género, con el fin de prevenir conductas negativas en torno a este problema y centrar todos los esfuerzos en erradicarlo.

III ACCIONES PREVIAS

El Fondo AECID 2009 para MALTRATOZERO fue de 500.000 euros.

El mandato fue asumido a principios del año 2009. La primera acción fue un proceso de consulta a los mecanismos de adelanto de la mujer y a los organismos de juventud correspondientes a los 22 países miembros de la Conferencia Iberoamericana. A través de cuestionarios, cada organismo dio a conocer las políticas públicas implementadas por cada gobierno en materia de prevención de la violencia de género, las campañas realizadas hasta esa fecha y los medios que disponían para la difusión de una nueva campaña. A este cuestionario contestaron los Mecanismos de Adelanto de la Mujer y los Organismos de Juventud correspondientes con mucho entusiasmo y en un plazo aproximado de 1 mes.

Tras examinar y evaluar rigurosamente la información recogida de los cuestionarios, se dedujo lo siguiente:

1. La mayor parte de los organismos de mujer y juventud han implementado en varias oportunidades algún tipo de iniciativas contra la violencia de género en sus respectivos gobiernos.
2. **Persiste la carencia de cifras actualizadas** que reflejen y/o cuantifiquen diferentes aspectos de la violencia de género en sus respectivos países.
3. Todos los organismos disponían en sus partidas presupuestarias de algún tipo de concepto destinado a invertir en acciones de sensibilización contra la violencia de género. Además, muchos contaban con personajes públicos entre sus contactos, dispuestos a participar en una campaña de esta naturaleza.

A continuación, un ejemplo del cuestionario enviado, uno en portugués y otro en español:

QUESTIONÁRIO

CAMPANHAS DE SENSIBILIZAÇÃO CONTRA A VIOLÊNCIA DE GÊNERO

RECOPILAÇÃO DE DADOS PARA A SEGIB E OIJ EM CUMPRIMENTO DO MANDATO DA XVIII CÚPULA IBERO-AMERICANA DE SAN SALVADOR

A Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB), por mandato da Cúpula Ibero-Americana de San Salvador, solicita sua ajuda para obter informação através do preenchimento deste questionário, do que seu país vem fazendo em campanhas contra a violência de gênero, com a finalidade de estabelecer e fortalecer a colaboração necessária com os Mecanismos de Progressão da Mulher.

Compromisso de San Salvador: 5...*"Instruímos a SEGIB e a OIJ a que ponham em funcionamento uma campanha de sensibilização contra a violência de gênero na região, especialmente entre os jovens, em colaboração com os mecanismos existentes nos países membros nesta matéria"*

Instruções:

1. Para responder a este questionário guarde-o primeiro em seu PC, preenchá-lo, guarde as mudanças e re-envie a:

María Jesús Aranda (SEGIB)

Telefone: 00 34 91 590 1980

consultor.mjaranda@segib.org

2. Se é outro o organismos ou instituição indicado e responsável para preenchê-lo, lhe pedimos que o remita a quem corresponda e colabore com a SEGIB para obter a melhor informação no tempo mais breve.
3. O prazo para preencher o questionário é de UMA SEMANA.

Com nosso agradecimento mais sincero por sua ajuda, lhes cumprimentamos atentamente.

Ángeles Yáñez-Barnuevo

Diretora da Divisão Social

Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB)

1. PAÍS

PORTUGAL

Campanha governamental: x

Campanha não-governamental:

Organismo responsável da campanha: **COMISSÃO PARA A CIDADANIA E A IGUALDADE DE GÉNERO (CIG)**

Estado:

Região:

Data de início: **22 DE NOVEMBRO DE 2008**

Duração: **10 MESES**

Finalização: **OUTUBRO 2009**

Idiomas: **PORTUGUÊS E INGLÊS**

Organismos ou instituições que hajam colaborado na campanha:

A CAMPANHA FOI FINANCIADA ATRAVÉS DO PROGRAMA OPERACIONAL POTENCIAL HUMANO - QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICA NACIONAL.

2. TIPO DE AÇÕES DE CONSCIENTIZAÇÃO FRENTE À VIOLÊNCIA DE GÊNERO QUE SE REALIZARAM EM SEU PAÍS.

(Para remitir a documentação de apoio aos materiais utilizados, por favor faça-o à atenção da pessoa que figura nas instruções.)

EM PORTUGAL, NOS ÚLTIMOS ANOS, TEM SIDO LANÇADA UMA CAMPANHA ANUAL, DE ÂMBITO NACIONAL, CONTRA A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA. A CAMPANHA DE 2008/2009 É DEDICADA À VIOLÊNCIA

NAS RELAÇÕES DE NAMORO E TEM COMO PÚBLICO ESTRATÉGICO OS JOVENS ADOLESCENTES E OS JOVENS ADULTOS.

ESTA CAMPANHA INCLUI A REALIZAÇÃO DE ACÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO, ENTRE AS QUAIS SE DESTACAM AS SEGUINTE:

- 2 CONCERTOS (PORTO E LISBOA)
- ACÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO NAS ESCOLAS E AUTARQUIAS
- ACÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO PARA PROFESSORES

3. MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS

Principio del formulario

Meios escritos Televisão Internet Rádio Outros
 (T-SHIRTS E PACOTES DE AÇUCAR PARA DISTRIBUIÇÃO NOS CAFÉS)

4. COM QUE MEIOS PODE CONTRIBUIR SEU PAÍS À CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO?

Econômicos Outros : DIVULGAÇÃO NO SITE DA CIG E EVENTUALMENTE IMPRESSÃO DE MATERIAIS

5. DISPORIA DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO GRATUITOS PARA SUA DIFUSÃO?

Meios escritos Televisão Internet Rádio Outros

6. CONTARIA COM A COLABORAÇÃO DE PESSOAS CONHECIDAS EM SEU PAÍS PARA A DIFUSÃO DA CAMPANHA?

SIM.

7. QUE PECULIARIDADES CULTURAIS, IDIOMÁTICAS DEVERÃO LEVAR EM CONTA PARA ORGANIZAR UMA CAMPANHA EM SEU PAÍS?

8. DADOS DA PESSOA DE CONTATO

Nome: **GRAÇA FRIAS**

Cargo: **COORDENADORA DO NÚCLEO PARA A PREVENÇÃO DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E VIOLÊNCIA DE GÉNERO**

Endereço: **AV. DA REPÚBLICA, Nº 32, 1º ANDAR**
1050-193 LISBOA

Telefone: **(00351) 217983000**

E-mail: **GRACA.FRIAS@CIG.GOV.PT**

9. COMENTÁRIOS



CUESTIONARIO

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA VIOLENCIA DE GÉNERO

RECOPIACION DE DATOS PARA SEGIB Y OIJ EN CUMPLIMIENTO DEL MANDATO DE LA XVIII CUMBRE IBEROAMERICANA DE SAN SALVADOR

La Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), por mandato de la Cumbre Iberoamericana de San Salvador, solicita su ayuda para obtener información a través de cumplimentar este cuestionario, de lo que su país viene haciendo en campañas contra la violencia de género, con la finalidad de establecer la colaboración necesaria con los Mecanismos de Adelanto de la Mujer.

Compromiso De San Salvador: 5...*"Instruimos a la SEGIB y a la OIJ a que pongan en marcha una campaña de sensibilización contra la violencia de género en la región, especialmente entre los jóvenes, en colaboración con los mecanismos existentes en los países miembros en esta materia"*

Instrucciones:

1. Para responder a este cuestionario guárdelo primero en su PC, rellénelo, guarde los cambios y reenvíelo a:

María Jesús Aranda (SEGIB)

teléfono: 00 34 91 590 1980

consultor.mjaranda@segib.org

2. Si es otro el correo electrónico del organismo para cumplimentarlo, le rogamos lo remita a quien corresponda y colabore con SEGIB para obtener la mejor información en el tiempo mas breve.
3. Le agradecería cumplimentase el cuestionario en el plazo mas breve posible ,(plazo adecuado una semana)

Con nuestro agradecimiento mas sincero por su ayuda, les saluda atentamente

Ángeles Yáñez-Barnuevo

Directora de la División de Asuntos Sociales

Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)

1. PAÍS

República Dominicana

Campaña gubernamental: Título: "Vivamos en Paz de Igual a Igual".

Organismo responsable campaña: Secretaría de Estado de la Mujer

Estado: República Dominicana

Región: Caribe

Fecha de inicio: 1 de noviembre de 2008

Duración: 30 días

Finalización: 30 de noviembre de 2008

Idiomas: Español

Organismos o instituciones que hayan colaborado en la campaña:
Procuraduría General de la República, Oficina de Cooperación Técnica de la Agencia Española de Cooperación y Desarrollo, AECID.

2. ENVIO DE MATERIALES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO QUE SE HAN LLEVADO A CABO EN SU PAÍS

(Para remitir documentación de apoyo o materiales utilizados, por favor hágalo a la atención de la persona que figura en las instrucciones.)

DVD con campana: "De igual a igual"

3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS

Medios escritos: X Televisión: X Internet: X Radio: X Otros: X

4. ¿QUÉ MEDIOS PUEDE APORTAR SU PAÍS A LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN?

Económicos X Otros: Apoyo técnico en creatividad y diseño de campañas.

5. ¿DISPONDRÍA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRATUITOS PARA SU DIFUSIÓN?

Medios escritos: X Televisión Internet: X Radio: X Otros

6. ¿CONTARÍA CON LA COLABORACIÓN DE PERSONAS CONOCIDAS EN SU PAÍS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA?

Si, los medios de comunicación en sentido general son solidarios con las campanas contra la violencia intrafamiliar y contra la mujer.

7. ¿QUÉ PECULIARIDADES CULTURALES, IDIOMÁTICAS HAN DE TENERSE EN CUENTA PARA ORGANIZAR UNA CAMPAÑA EN SU PAÍS?

- 1) Atención al lenguaje manejado en la campana el cual debe estar libre de cualquier tipo de discriminación y lenguaje sexista.
- 2) El producto se prueba con los técnicos especialistas en el tema a través de alguna estrategia, como grupos focales, por ejemplo, para validar la campana.
- 3) Con relación a las peculiaridades idiomáticas es preferible realizar la campana en el idioma español, ya que es nuestro idioma oficial.

8. DATOS PERSONA DE CONTACTO

Nombre: Claudia Brito/ ASUNTOS INTERNACIONALES

Alejandra Maldonado/ Comunicaciones

Cargo: Responsables de Dependencias

Dirección: Av. México esq. 30 de Marzo, edificios gubernamentales, Santo Domingo, República Dominicana

Teléfono: 809- 685- 3755 ext. 283

Email: claudia.brito@sem.gov.do/ claudiabritosem@gmail.com/

Alexandra.maldonado@gov.do/ alexandramaldonado@hotmail.com/

9. COMENTARIOS

IV DESARROLLO CAMPAÑA

- **LICITACIÓN**

Entre los meses de abril y junio de 2009 se llevó a cabo el proceso de licitación de la campaña, publicándose en la web de la SEGIB hasta mayo de 2009, **momento en el que se adjudicó la campaña a la Agencia Y & R Madrid, de acuerdo con la normativa vigente de la SEGIB.**

- **ELABORACIÓN DE LA CAMPAÑA**

Introducción:

Previamente a la preparación de materiales, se pasó por un periodo de ajustes de criterios para elaborar la campaña. En esta etapa, se tuvo en cuenta el carácter multicultural que debía tener la campaña, involucrando en el mensaje diferentes acentos, idiomas, lenguajes y meta lenguajes.

Personajes anónimos y públicos

Para el desarrollo de cartelería, spots de televisión, cuñas de radio y el resto de materiales de difusión de MALTRATOZERO participaron alrededor de 150 personas jóvenes de toda Iberoamérica. Los protagonistas de esta campaña fueron personas jóvenes con diferentes acentos y lenguas y personajes públicos del mundo del deporte, el cine, la música, la danza y la televisión. Todos, anónimos y personajes públicos, **prestaron su colaboración sin ánimo de lucro, cediendo su imagen para la campaña y comprometiéndose con el movimiento.** La campaña contó con las aportaciones de la cineasta Cristina Andreu, quien dirigió el rodaje de los anuncios, el actor español Javier Cámara, el cantante español Dani Martín, la actriz colombiana Angie Cepeda, el futbolista uruguayo Diego Forlán, el actor y director español Tristán Ulloa, la cantante Chenoa, la cantante y bailarina Flavia-N y el modelo y actor español Emmanuel Esparza.

Creatividad

Algunos ejemplos de la creatividad diseñada:

Angie Cepeda: actriz

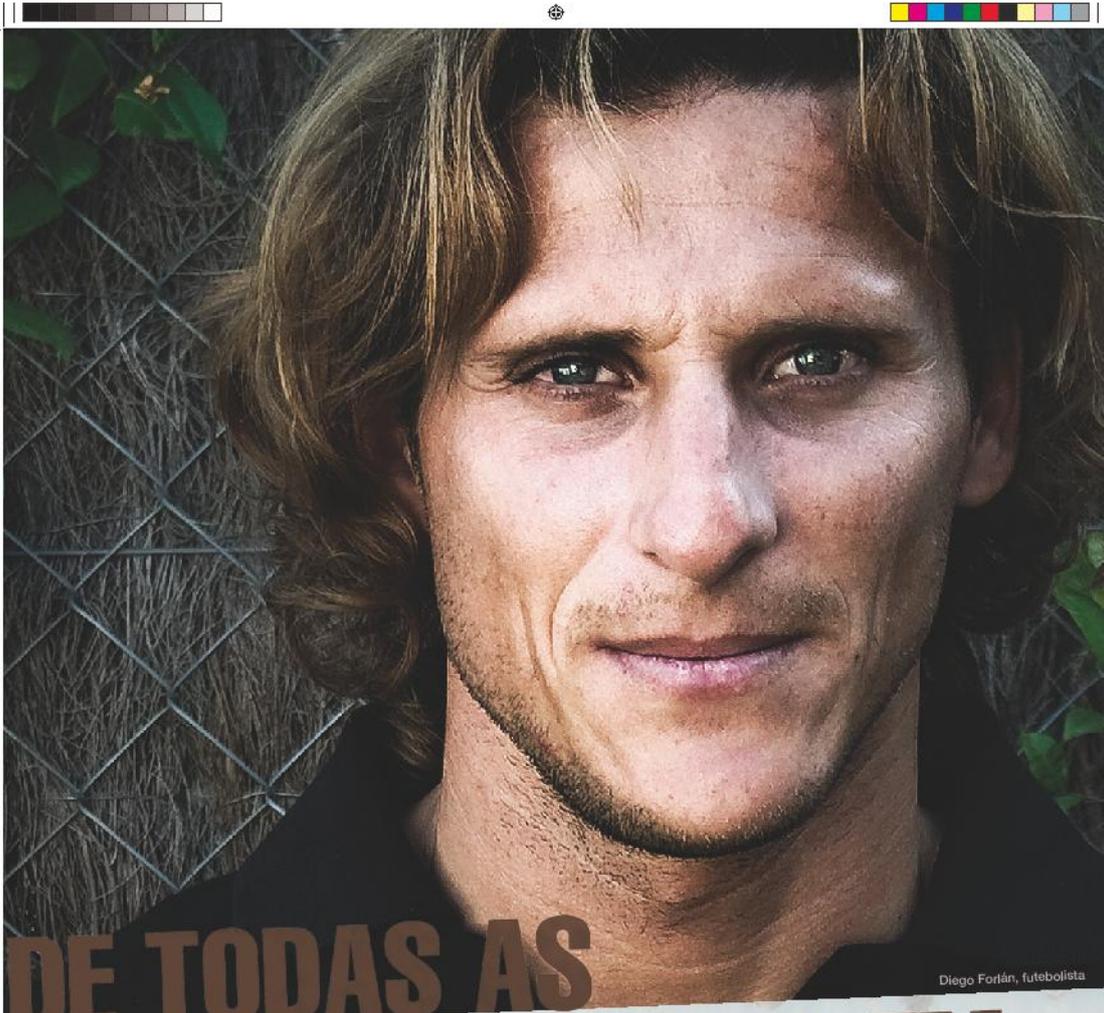
**DE TODOS LOS
HOMBRES QUE
HAYA EN MI VIDA,
NINGUNO SERÁ MÁS
QUE YO.**

Entre un hombre y una mujer, **maltrato cero.**
www.maltratozero.com

Con el apoyo de:

A3 Angie castellano.indd 1

4/9/09 17:28:38



Diego Forlán, futebolista

DE TODAS AS MULHERES QUE FAZEM PARTE DA MINHA VIDA, NENHUMA SERÁ MENOS DO QUE EU.

Entre um homem e uma mulher, maltrato zero.
www.maltratozero.com

Com o apoio de:



Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor .

Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor .

Ejemplos de adaptación de
la campaña MALTRATOZERO
en Chile y Andorra.

Concepto de la campaña

La campaña estuvo basada en testimonios de 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”

“ENTRE HOMBRE Y MUJER, MALTRATOZERO”

Kits de materiales para su envío a los gobiernos

Se diseñó una caja para su distribución a los organismos de mujer y juventud durante los meses de agosto y septiembre de 2009 que contenía los siguientes materiales:

1. Spots de televisión.
2. Cuñas de radio.
3. Gráficas (carteles, folletos, *photocall*...).
4. Camisetas.
5. Memoria USB con material destinado a la difusión por Internet.
6. Documento presentación de la campaña y manuales de aplicación.

Cada uno de los materiales disponía de las características necesarias de cada país para poder ser adaptado por los diferentes organismos.

V IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA MALTRATOZERO EN IBEROAMÉRICA

Introducción

El contacto con todos y cada uno de los países para coordinar el desarrollo e implementación de la campaña ha sido uno de los elementos más relevantes.

▪ SEGUIMIENTO Y PUESTA EN MARCHA

Tras el proceso de envío de los materiales a los diferentes organismos de juventud y mujer de los gobiernos iberoamericanos, se realizaron una serie de acciones informativas con el objetivo de llevar a cabo el oportuno seguimiento referido a la recepción de los paquetes y establecer un contacto directo con dichas instituciones para conocer sus impresiones acerca de la campaña, resolver dudas y responder a las posibles consultas que pudieran plantearse.

La conexión con las y los responsables de mujer y juventud a los que fueron enviados los materiales comenzó a finales del mes de agosto del 2009. Desde esa primera toma de contacto han sido detectados diferentes grados de interés en cuanto a la posibilidad de difusión de la campaña **MALTRATOZERO** en cada uno de los países. De los 22 países iberoamericanos a los que se les envió la campaña, los que mayor interés mostraron en realizar acciones de difusión fueron Argentina, Andorra, Brasil, Colombia, Chile, España, México, Paraguay, Portugal y Uruguay.

Las acciones planteadas por los diferentes países interesados, en muchos casos pasan por un trabajo previo de preparación de los recursos ofrecidos: gráficas, cuñas de radio, spots de televisión, etc. , lo que ha significado que varios países estén interesados en producir materiales y en difundir la campaña hasta el mes de marzo de 2010. De esta manera, se ha planteado la adaptación de los materiales a otras lenguas, por ejemplo Paraguay (quien pidió una ayuda para adaptar la campaña al guaraní) o la búsqueda de referentes en personajes públicos más conocidos en la región, como es el caso de Portugal o Argentina.

Por su parte, la SEGIB y la OIJ durante este tiempo, asesoran y respaldan a los países interesados en la difusión de la campaña, que cuentan con su respaldo y colaboración a la hora de realizar las acciones oportunas, bien a través del envío de material complementario (folletos, camisetas, pegatinas) o bien de su presencia en las presentaciones públicas, e incluso mediante aportación económica para aquellas regiones con menos recursos.

MALTRATOZERO.COM

De forma paralela al envío de los materiales, la Campaña Iberoamericana de Sensibilización contra la Violencia de Género también creó su lugar en la red. Desde el 14 de septiembre de 2009 se encuentra activa la web www.maltratozero.com, disponible en castellano y portugués. Esta web cuenta con una sección informativa en la que los diferentes organismos de juventud y mujer de los países de Iberoamérica pueden colgar noticias de interés sobre políticas de maltrato; un registro y contador de adhesiones y un área de participación en la que los usuarios pueden unirse al movimiento, subir sus propios vídeos, imágenes, etc.

La web registra actualmente un total próximo a las 110.000 visitas, más de 100.000 usuarios únicos y 900 sitios web con referencias a la página Maltratozero.com, gracias en buena parte a la difusión de la campaña que, desde el 26 de octubre de este año, ha lanzado el Ministerio de Igualdad de España en los medios de comunicación.

El movimiento **MALTRATOZERO** también está presente en las principales redes sociales como Facebook, con más de 44 mil fans en sólo dos meses, Tuenti y Orkut, y cuenta con su propio canal de vídeo en Youtube. Además, ya son muchas las páginas de organismos, instituciones, asociaciones y blogs temáticos que poseen el banner de **MALTRATOZERO.COM** en su página principal.

V ACCIONES DE DIFUSIÓN

Desde la recepción de los materiales a los organismos de juventud y mujer iberoamericanos son muchas las acciones de difusión que ya han sido realizadas y otras están en pleno desarrollo para su implementación.

Acciones realizadas:

BRASIL

▪ 1 de octubre de 2009

- El gobierno de Brasil: Los Ministerios y Organismos de la Mujer; de Cultura y de Juventud llevaron a cabo la presentación pública de la campaña MALTRATOZERO en el II Congreso Iberoamericano de la Cultura en Sao Paulo, organizado por SEGIB y con presencia y participación del Secretario General Iberoamericano, Enrique V. Iglesias.

ESPAÑA

▪ 14 de septiembre de 2009

- Presentación pública de la Campaña Iberoamericana contra la Violencia de Género en el Conversatorio de la SEGIB. Intervinieron: la Ministra de Igualdad del Gobierno de España, Bibiana Aído, el Secretario General Iberoamericano, Enrique V. Iglesias, y el Secretario General de la Organización Iberoamericana de Juventud, Eugenio Ravinet.
- Lanzamiento de la web de **MALTRATOZERO** y perfiles de la campaña en redes sociales.
- Publicación de la Campaña en la web del Ministerio de Igualdad www.migualdad.es.

• 26 de octubre de 2009

- El Ministerio de Igualdad lanza a nivel nacional la campaña en los medios de comunicación (radio, televisión, prensa, marquesinas...).

- **27 de octubre de 2009**
 - Presentación de **MALTRATOZERO** en el Encuentro Iberoamericano de Cantabria “Talleres Violeta: Género y Juventud”.

- **11 de noviembre de 2009**
 - El Instituto de la Mujer en Extremadura adapta la campaña **MALTRATOZERO** y comienza su difusión en medios de comunicación, soportes publicitarios e Internet hasta el 25 de noviembre de 2009.

- **20 de noviembre de 2009**
 - Premios Violeta 2009.
 - La campaña MALTRATOZERO fue galardonada con los Premios Violeta 2009. La actividad tuvo lugar en Zaragoza, donde además se realizó una presentación de la Campaña, entrega de camisetas y folletos, pase de los spots de la Campaña y una acción de calle en las afueras del hotel donde se realizó la premiación.

- **23 y 24 de noviembre de 2009**
 - Presentación de **MALTRATOZERO** en el Foro Internacional sobre Juventud y Violencia de Género organizado por el Ministerio de Igualdad del Gobierno de España a través del INJUVE. La presencia consistió en una intervención del Secretario General de la OIJ, Eugenio Ravinet, y la presencia de un stand informativo de MALTRATOZERO donde se regalaron folletos, camisetas de la campaña y además, se les dio la oportunidad a los jóvenes de que grabaran su propio cartel de la campaña. Esta última acción tuvo una enorme acogida entre los jóvenes asistentes al encuentro, provenientes de los cinco continentes.
 - Presencia de la campaña en el stand ubicado en la sede del encuentro.
 - Emisión de los vídeos de la campaña **MALTRATOZERO** en el concierto conmemorativo del foro en el Teatro Circo Price.

- **25 de noviembre de 2009**

- Tribuna Americana en Casa América: MALTRATOZERO se presentó en este espacio de reflexión en Casa América Madrid. El Secretario General de la OIJ, Eugenio Ravinet, junto a los directores de juventud de Chile y México repasan los principales puntos de la campaña.

MÉXICO

- **29 de septiembre de 2009**
 - La SEGIB junto al Gobierno de México y el IMJUVE, presentó la campaña MALTRATOZERO. El acto estuvo presidido por el Secretario General Iberoamericano, Enrique V. Iglesias, durante la Reunión de Coordinadores Nacionales y Responsables de Cooperación. Distribución de material.
 - Envío de los materiales de la campaña para su posible difusión a los 31 estados del país. Camisetas, folletos, artes finales de cartelería y photocall, etc.
 - Difusión de la Campaña a través de la página web del Inmujeres.
- **3 y 4 de noviembre de 2009: Consejo Directivo de la OU**
 - Presentación de **MALTRATOZERO** en el Consejo Directivo de la OIJ celebrado en Puerto Vallarta por el Secretario General de la OIJ, Eugenio Ravinet.
- **5 y 6 de noviembre de 2009: Seminario de Buenas Prácticas**
 - Presentación de **MALTRATOZERO** en el Seminario de Buenas Prácticas en Puerto Vallarta.

PORTUGAL

- **25 de noviembre**
 - Presentación de la campaña MALTRATOZERO a cargo de la Secretaria de Estado, Elza Maria Deus Pais, el Presidente del CIG y el Secretario General Iberoamericano, Enrique V. Iglesias.
- **19, 20 y 21 de noviembre**
 - Presentación de **MALTRATOZERO** en el III Encuentro de Jóvenes Políticos Iberoamericanos-Iberlíderes 2009 en Lisboa.
- **23 al 28 de noviembre**

- Instalación de stands de la campaña **MALTRATOZERO** en el III Encuentro Iberoamericano de Interlocutores Sociales y en el V Encuentro Cívico Iberoamericano en Lisboa.

Otras acciones en proceso (diciembre 2009- marzo 2010).

ARGENTINA

Argentina mostró un gran interés por la difusión de la campaña con vistas al año 2010. Este interés se ha concretado en organizar un taller previo que tuvo como objetivo reunir a los organismos de mujer y juventud para promover las acciones conjuntas para el año próximo.

CHILE

El Servicio Nacional de la Mujer informa que se van a proponer acciones de difusión para el próximo mes de Enero de 2010. Por su parte el INJUVE piensa implementar la campaña en el mismo periodo.

COLOMBIA

Desde la Consejería Presidencia para la Equidad de la Mujer y el Programa Presidencial Colombia Joven se recibe propuesta de ayuda económica para que Colombia pueda implementar la campaña en soportes publicitarios de la vía pública.

Desde el organismo de mujer se plantea la posibilidad de presentar la campaña en el evento Nacional “Ventana de Género”, para el que han solicitado la colaboración de Angie Cepeda.

ESPAÑA

Presentación de la campaña en Instituto de Educación Secundaria de Barcelona en una acción conjunta con ONG FEDELATINA el 17 de diciembre.

Presentación de la campaña en el Instituto de la Juventud de Castilla La Mancha, 19 /12.

PARAGUAY

La Secretaría de la Mujer y el organismo de Juventud informan que se están llevando a cabo los esfuerzos necesarios para la implementación de la campaña con todo el impacto y la fuerza necesaria en marzo del 2010. Su planteamiento pasa por la adaptación de los materiales al guaraní, así como la búsqueda de personajes públicos conocidos de la región.

PERÚ

Tanto el organismo de mujer como juventud se encuentran elaborando propuesta de implementación de la campaña en conjunto. Desde Juventud se ha solicitado, además, el envío de folletos y camisetas.

PORTUGAL

Puesta en marcha de la Campaña **MALTRATOZERO** en la Cumbre Iberoamericana de Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno de Portugal (del 29 de noviembre al 1 de diciembre de 2009). Se elabora un stand temático para su colocación en la Sala de Rueda de Prensa de la Cumbre, con un *photocall* para que las autoridades puedan fotografiarse uniéndose al movimiento, un ordenador y un monitor en los que se pueden ver los anuncios de la campaña.

Por otro lado, la Comisión para la Ciudadanía y la Igualdad de Género designa a una persona responsable para la difusión de la campaña en el país e informa que se está trabajando en buscar personalidades públicas para adaptar los materiales de la campaña.

URUGUAY

El gobierno de Uruguay mantiene la decisión de seguir adelante con la idea de lanzar conjuntamente la campaña **UNITE** de **UNIFEM** y **MALTRATOZERO**. El lanzamiento de ambas campañas tendrá lugar al aire libre y se realizarán una serie de actividades lúdicas y musicales. Reparto de material de la campaña (camisetas, folletos...).

AMARC- ALC

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias-América Latina y Caribe, AMARC ALC, ha mostrado su interés por realizar una serie de actividades con el fin de impulsar la difusión de la campaña **MALTRATOZERO**, puesto que su finalidad se enmarca dentro de los objetivos del Programa de Género que lleva a cabo la asociación. Se le ha entregado una cantidad de dinero para financiar estas actividades:

- Página especial en plataforma web con los audios de la campaña, información sobre **MALTRATOZERO**, artículos y entrevistas para favorecer su difusión.
- Envío de *newsletters* a los suscriptores de la plataforma web con información sobre **MALTRATOZERO**.
- Emisión de las cuñas de la campaña en las radios comunitarias de AMARC ALC.