



**CONCURSO NACIONAL DE CAMPAÑAS
CIUDADANAS DE PROMOCIÓN DEL VOTO 2009
EN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
ENTRE MUJERES Y HOMBRES**

Datos de la organización:

1. Objeto social: participar en la construcción social de las relaciones equitativas entre hombres y mujeres.

- (del acta constitutiva) Promover la salud y los derechos sexuales y reproductivos entre las mujeres jóvenes y adultas de la región del centro del país a través de la difusión de información, capacitación, formación y asesorías; así como la investigación y estudios sobre la actual situación y percepción de las mujeres en la región y la defensa y gestión de estos derechos. lo anterior para que las mujeres logren tomar sus propias decisiones en torno a su cuerpo y su sexualidad para ejercer una ciudadanía plena que favorezca una vida mas equitativa con perspectiva de género.
- Proporcionar asesoría a las organizaciones de base y redes locales, estatales y regionales, así como a organismos gubernamentales del sector salud, de educación y organismos no gubernamentales en salud sexual y reproductiva.
- Buscar y establecer alianzas con otros organismos y entidades nacionales e internacionales con finalidades similares o conexas para intercambiar experiencias y fortalecer el desarrollo de los programas de la asociación.

2. Datos generales de la organización:

Nombre: Centro las libres de Información en salud sexual región centro AC

Número total de integrantes 20

Responsabilidades y actividades que realizan los participantes del proyecto:

Verónica Cruz Sánchez:

Directora, capacitadora a grupos de mujeres, desarrolla metodologías, acompaña a mujeres víctimas de violencia de género

Margarita Mora Cantoral: Psicóloga, capacitadora a grupos de mujeres y jóvenes, desarrolla materiales metodológicos y educativos

Rosalía Cruz Sánchez: ingeniera en sistemas computacionales, desarrolla materiales, administradora, capacitadora a grupos de jóvenes.

3. Experiencia en la realización de proyectos y áreas temáticas en las que ha participado:

Áreas temáticas:

Género, derechos humanos de las mujeres, prevención y atención de la violencia de género, educación sexual a jóvenes, promoción, defensa y gestión de los derechos sexuales y reproductivos de las y los jóvenes y mujeres, democracia y ciudadanía plena, sexualidad y ejercicio del derecho a decidir, participación política de las mujeres.

Proyectos 2008

Nombre del proyecto	Fuente de Financiamiento	Periodo	Observaciones Recursos
Construyendo la sustentabilidad social y económica de las libres y de los grupos comunitarios de mujeres.	Centro de Estudios Ecuménicos, (CEE) a través de fondos FAPP (fondos de apoyo a pequeños proyectos)	Diciembre 2007-diciembre 2008	Apoyo a ideas innovadoras de los grupos de mujeres para la sostenibilidad de los grupos comunitarios 40,000 pesos
Trabajar con mujeres y jóvenes sobre los temas de violencia de género, educación sexual y derechos humanos.	Fundación Angélica/TIDES	Septiembre 2007-septiembre 2008	6,000 dólares
Acompañamiento integral a mujeres que deciden interrumpir un embarazo	Ipas Mexico, Small Grant	junio 2007-junio a 2008	10,000 dolares
Posesionar el tema del aborto en la opinión publica en Guanajuato	Ipas Mexico	Small-grant	6,000 dolares

Nombre de la campaña:
Mujeres votando y el país avanzando

Justificación: Las mujeres representan el 50.9% de población en México, las mujeres obtuvieron el derecho a votar hace apenas hace 55 años, gracias a la lucha de las propias mujeres, su participación en el mercado de trabajo es de 42% (2008) sin embargo en cuanto al ejercicio de los derechos y ciudadanía plena de las mujeres apenas empezamos a contar, sin estar aún en la agenda política nacional y electoral.

También las mujeres mexicanas "han sufrido algún tipo de violencia 67 de cada 100 mujeres de 15 años o más (CONAPO)" este dato por si solo da cuenta de cómo las mujeres se encuentran en desventaja para competir en el mundo de la política si están viviendo violencia es muy difícil que las mujeres tengan oportunidad para decidir entrar a participar en la vida política del país.

Ahora si hablamos de la representación política de las mujeres, en números es apenas de, por ejemplo en el senado de la república hay 25 senadoras comparativamente son 103 senadores lo que representa el 19.5% de del total de miembros, y además están en comisiones de índole social y no en las económicas. Otro ejemplo de números fríos es solamente hay 2 gobernadoras de 32 entidades federativas y así en cada uno de los estados de la república si revisamos el número de mujeres en los congresos locales, en las presidencias municipales, en los cabildos, en los gabinetes estatales, los números están ahí así de crudos, (mínima es la cantidad de mujeres que están en estos espacios)pero aún mas estructural es; la falta de participación de las mujeres que tiene que ver con los roles tradicionales de género a donde a las mujeres se les ha colocado en el trabajo reproductivo y domestico, esta división sexual del trabajo ha contribuido fuertemente en la discriminación contra las mujeres, además del mandato social es decir lo que se espera de las mujeres no es la participación en la política, es que se casen y sean buenas madres de familia, (además de las cargas laborales) estos aspectos estructurales tienen que ver con que las mujeres aún hoy en día tengan menos acceso a la educación que facilite desarrollar un proyecto de vida personal y profesional, aún el sistema sigue privilegiando la educación sexista, estereotipada y con falta de mecanismos reales para que las mujeres accedan a la educación superior, concluyan una carrera profesional, la desarrollen y a lo largo de su vida sea normal participar en la vida política del país, los trabajos remunerados donde las mujeres están participando no son en donde se toman las decisiones importantes del país, están en los sectores de maquila, de mano de obra barata, en el mercado informal, en el trabajo reproductivo y doméstico, en el área de servicios, desarrollando profesiones para el cuidado de los otros.

En el imaginario social no está que las mujeres se piensen como presidentas municipales, como gobernadoras, como presidentas de la república, porque ese campo está destinado para el mundo masculino es propio de ellos, además de la pobreza, la falta de acceso a la educación formal, la falta de oportunidades para desarrollarse en igualdad de condiciones que los hombres hacen el conjunto de los obstáculos para que las mujeres no participen en la política del país, además de que las que si participan son pocas, están destinadas a acciones de índole social y familistas. A veces hasta con un ejercicio del poder masculino, porque es el único modelo reconocido, ejercer el poder como hombre aún no hay referencias de cómo ejercer el poder como mujeres con perspectiva de equidad de género.

Si le agregamos además que a las mujeres que están en puestos de decisión, ejerciendo poder político a diferencia de los hombres en sus mismas condiciones se les ve con lupa, todos sus movimientos entran al observatorio de los roles tradicionales de género y son juzgadas desde una perspectiva "mujerista".

Cuando una mujer llega al poder, como no está acostumbrada a tenerlo, puede llegar a ejercerlo de manera masculina y desde ahí puede ser misógina porque aprendió que los únicos que pueden tener el poder son los hombres"

Tanto para mujeres de la política como para las del campo hay avances, pero la inequidad de género y la falta de oportunidades para este sector siguen siendo la constante en México. Aunque la mujer haya entrado al mundo político, aun le es complicado aspirar a los cargos más altos del poder. Para las mujeres del campo la pobreza y la explotación laboral y salarial, así como la imposibilidad de tener acceso a los programas gubernamentales es una realidad permanente que nos atrapa y nos mete en un círculo vicioso al gobierno y al Estado.

Por este contexto y esta realidad es que las mujeres que tenemos perspectiva de género, que pertenecemos al movimiento amplio de mujeres y feminista, reconocemos que tenemos que pensar en los millones de mujeres que no consiguen nada, ni siquiera el derecho a ejercer plenamente su sexualidad por ellas tenemos que continuar la lucha y una estrategia, es participar en esta campaña para empezar a sensibilizar a las propias mujeres sobre la importancia de votar, votar por mujeres, cuestionar a los candidatos sobre la agenda de género, meter a la agenda electoral la exigibilidad y el respeto a los derechos humanos de las mujeres, empezar a impulsar, motivar e incidir en la participación política de las mujeres, como candidatas y como ciudadanas.

Y aunque desde hace casi un siglo las mujeres vienen luchando por sus derechos, aun sigue la lucha mundial para garantizar los mismos derechos a casi la mitad de la población del planeta en cuestiones como el trabajo, el voto y a la libre elección.

Los problemas globales son demasiado complejos como para abordar su solución sin las mujeres, la democracia va a hacer real cuando la participación política de las mujeres sea hechos concretos.

Necesitamos cambiar el status de la mujer en México, solo la acción conjunta de sociedad organizada, medios de comunicación y gobiernos puede conseguirlo.

Objetivo general:

Desarrollar en las mujeres la conciencia de género para la participación política en la vida nacional.

Objetivos específicos:

1. Tomar conciencia de la importancia de la participación política de las mujeres en el proceso electoral, tanto para ejercer el voto y exigir nuestros derechos como para impulsar candidaturas de mujeres.
2. Impulsar el voto femenino, en las elecciones 2009, así como impulsar la agenda de género con los candidatos
3. Desarrollar estrategias colectivas para impulsar la participación política de las mujeres desde la vida cotidiana hasta la política, la economía del país.

Metas:

- Que las mujeres en este proceso electoral visualicen “con lentes de la perspectiva de género” a las mujeres, para ejercer su derecho al voto, votar por mujeres, exigir a l@s candidatas el respeto y garantía de los derechos humanos de las mujeres, y avanzar en la agenda a favor de los derechos humanos de las mujeres.
- Focalizar a las mujeres que están por puestos de elección popular para incentivar su participación en la agenda de las mujeres.
- Incentivar la participación política de las mujeres en: asociaciones civiles, ejercicio pleno de la ciudadanía, exigibilidad de sus derechos, impulsar a más mujeres a puestos de elección popular
- Desarrollar mecanismos efectivos para la participación política de las mujeres partiendo de su vida cotidiana.

Población objetivo:

Mujeres de 18 a 60 años.

Lugar de realización:

5 municipios del estado de Guanajuato, estos municipios son: San Luis de la Paz, Salvatierra, León, Guanajuato e Irapuato. Tanto en áreas rurales como urbanas.

Cobertura:

Estatal

Eslogan o lema de campaña:

“Mujer con conciencia de género vale por mil”

Mensajes a difundir:

Las mujeres somos personas, las mujeres tenemos derechos, las mujeres somos capaces de gobernar, las mujeres votamos con responsabilidad, las mujeres queremos humanizar al país, las mujeres estamos aquí, las mujeres cambiamos al país, las mujeres sensibilizamos al país, Mujeres votemos por Mujeres, la vida de las mujeres va a cambiar desde el cambio de las mujeres.

Propuesta de medios, materiales y estrategias de difusión:

Propuesta de Medios:

Los medios que vamos a utilizar en esta campaña, son medios escritos y visuales (2 posters y un folleto) y el dialogo con grupos de mujeres en áreas rurales.

Materiales:

Los materiales a utilizar son:

2 posters

1 folleto temático

Pláticas interactivas con materiales didácticos desarrollados para cada uno de los grupos participantes.

Estrategias de difusión: posters y tríptico acompañado de talleres y pláticas

Pegado de posters en las áreas comunitarias de mayor circulación tales como:

Escuelas, jardín de niñ@s, escuelas primarias, escuelas secundarias y telesecundaria, video-bachilleratos, tiendas, farmacias, comercios en general, centro de salud y áreas comunitarias comunes.

En las casas donde se desarrollen las pláticas, también habrá pegado de posters.

Los posters también serán pegados en las áreas urbanas, en las ciudades en los espacios de mayor circulación, y áreas públicas, instituciones públicas y de servicios turísticos.

Los folletos se utilizaran y repartirán en las pláticas, en mercados, en la calle y en los supermercados.

También se pegarán los posters y se distribuirán los folletos en las Preparatorias y universidades y se solicitaran eventos masivos, semana de la participación política de las mujeres en 2 universidades.

Se realizará una rueda de prensa para dar a conocer la campaña en los medios de comunicación.

Se les pedirá a los periódicos locales que colaboren en colocar el mensaje en la prensa escrita.

Pláticas sobre:

Género, participación política de las mujeres, las mujeres en cifras en la política, roles tradicionales y estereotipos de género en la participación política de las mujeres, participación política de las mujeres y la agenda de género, derechos humanos de las mujeres y ciudadanía plena.

Con grupos de mujeres de comunidades rurales, colonias urbano-populares sobre conciencia de género para ejercer la ciudadanía plena de las mujeres, igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Los materiales fueron creados por un grupo de mujeres integrantes de la organización y un grupo de mujeres de una comunidad rural que participan con la organización, fueron creados en 3 sesiones de trabajo de 2 horas cada una.

Mayo Semana del 4 al 9	Mayo Semana del 11 al 16	Mayo Semana del 18 al 23	Mayo Semana Del 25 al 30	Junio Semana del 1 al 6	Junio Semana del 8 al 13	Junio Semana Del 15 al 20	Junio Semana 22 al 27	Julio Semana del 29 al 4
Afinar el diseño de los materiales de la campaña Editar	Distribución y pega de posters.	Convenir platicas con instituciones educativas Reuniones talleres Insertar en	Realizar 10 talleres de capacitación con grupos de mujeres en el área rural y	Platicas desarrollar 20 pláticas, en comunidades rurales, escuelas preparatorias	Seleccionar a dos universidades	Platicas	Evaluación : Una reunión de evaluación con un grupo seleccionado aleatoriamente	Sistematización

posters Rueda de prensa		medios	urbana con la herramienta del folleto	y universidades				
Editar posters y trípticos	Presentación de materiales en la rueda de prensa	5 Reuniones con grupos de mujeres para presentación de la campaña en el área rural		Desarrollar 6 pláticas	Conferencias realizar dos conferencias en 2 universidades		Aplicar instrumentos de cuestionario de evaluación a grupos seleccionados	Realizar la sistematización de cuestionarios
	Desarrollar las cartas metodológicas para los talleres	5 reuniones con grupos de mujeres		Desarrollar 6 pláticas				Sistematizar los testimonios
	Diseñar los cuestionarios para las evaluaciones			Desarrollar 8 pláticas para el total de 20				Realizar informe final

Cronograma a partir del 4 de mayo a 3 de julio de 2009

Plan de evaluación de impacto y de gestión del proyecto de campaña:

Reuniones con los grupos de mujeres para evaluar, si la campaña les dejó un mensaje claro sobre la importancia de la participación política de las mujeres y las participantes desarrollaran una lista de acciones que ellas harán para impulsar la participación política de las mujeres desde sus espacios de vida cotidiana.

Evaluaciones de talleres, se aplicaran a las participantes evaluaciones sobre los mensajes que les dejó el taller, las discusiones y el análisis.

Testimonios de las pláticas; en cada una de las pláticas realizadas se les pedirá a cada una de las mujeres que de un testimonio el cual grabaremos, de la importancia de la participación política de las mujeres desde su propia vivencia.

Realizar un test post electoral para ver si en algo impacto la decisión de las mujeres, con las que se desarrollo o participaron en la campaña.

Presupuesto estimado, desglosado con montos y conceptos.

Conceptos	Presupuesto estimado
Coordinación de la campaña: una coordinadora	20,000
Diseño final de los materiales de la campaña: (pago por el diseño)	15000
Edición de 2000 posters y 3000 folletos	40,000
Distribución y pegado: traslados, materiales de pegado, apoyo a un grupo que apoye el pegado, viáticos.	10,000
Viáticos: transporte, gasolina, casetas, estacionamientos, comida para los talleres pláticas y reuniones	15,000
Rueda de prensa	2250
Sistematización final	5000
total	107,250