



**INFORME NARRATIVO  
PARA  
PROYECTOS FINANCIADOS POR LA WACC**

Use este documento para presentar el informe de su proyecto cuando éste haya terminado. Tiene dos partes : a) Informe narrativo; b) Informe financiero.

Para completar este informe, Ud tendrá que consultar su formulario de solicitud, su Acuerdo con la WACC, y los estados de cuenta del proyecto. Se les ruega devolverlo a la WACC junto con la documentación de apoyo. . Favor de responder a las preguntas en detalle.

**INFORME NARRATIVO**

|   |   |
|---|---|
| <b>1. Título del proyecto</b><br>(como aparece en el contrato)    | <b>CAMPAÑA DEL BUEN TRATO:<br/>HAGAMOS UN TRATO,<br/>TRATEMONOS BIEN</b>    |
| <b>2. Número del proyecto:</b><br>(como aparece en el contrato)   | <b>LO2-46(565)</b>  |
| <b>3. Nombre de la organización responsable del proyecto:</b>     | <b>CENTRO DE ESTUDIO E INVESTIGACION DE LA MUJER<br/>CEIM ELVIRA RAWSON</b> |
| <b>4. Dirección:</b>  | <b>ESPAÑA 45- SAN NICOLAS –<br/>PROVINCIA DE BUENOS AIRES</b>               |
| <b>5. Nombre del país:</b>  | <b>ARGENTINA</b>  |
| <b>6. Período de implementación:</b><br>(desde mes/año a mes/año) | <b>Agosto 2008 a Agosto 2009</b>  |

|  |  |
|--|--|
| 7. Beca recibida:  | <p>Cantidad en moneda local:<br/>28.043.48</p> <p>Cantidad en Euros o dólares<br/>estadounidenses):<br/>6000</p> |
| 8. Fechas en que recibieron fondos:<br>Primer pago<br>Segundo pago | <p>23/07/08</p> <p>17/04/09</p>  |

### 9. Actividades

Hagan un resumen de las actividades principales llevadas a cabo durante el período del proyecto en comparación con las planeadas. En caso que hayan habido cambios, por favor explicar las razones.

#### Actividades desarrolladas en el marco de la campaña.

1. Capacitación para el personal del Hogar “El amanecer.” 3 encuentros .
2. Capacitación a voluntarias en sede de Ceim: 4 encuentros.
3. Presentación y lanzamiento de la campaña en el marco de Feria de EET N° 2, en noviembre de 2007, durante tres días, con la presencia de mas de 4000 personas, en la cuál se repartieron folletos, se exhibieron afiches y se informó a los visitantes acerca de la campaña.
4. Reuniones con director Lucas Giuggia para elaboración del Guión del video educativo, supervisión de contenidos.
5. Reuniones con empresa de publicidad .
6. Organización , planificación y evaluación de talleres.10 reuniones de dos horas cada una, con el equipo de talleristas.
7. Realización de 20 talleres . Se había propuesto hacer 24, pero no se realizaron todos por dificultades internas de las instituciones que habían sido contactadas y comprometidas .
8. Presentación en medios locales de comunicación: presentación del video en canal local, entrevistas radiales y en diario local.
9. Elaboración de guión para obra de títeres : capacitación y asesoramiento a grupo de títeres de Hogar El Amanecer. La presentación de la obra no se realizó en todas las escuelas, ya que por dificultades institucionales , se decidió hacer una presentación en el cierre , con representantes de alumnos que habían participado de los talleres.

**10. Jornada de cierre de las actividades, con presentación de obra, entrega de certificados de participación, etc. ( en lugar del seminario de cierre) .**

**11. Evaluación del impacto: reuniones semanales del equipo capacitador, discusión y reflexión sobre dinámicas y contenidos desarrollados.**

Describan en detalle las actividades implementadas tales como el contenido de producciones, programas, talleres o capacitación.

- **Capacitación con el personal del Hogar “El Amanecer”.**

Esta capacitación se realizó en marzo de 2008. Estuvo dirigida a todo el personal : docentes, profesionales, preceptoras y preceptores, voluntarias; quiénes tiene a cargo el cuidado , la supervisión y la formación de los niños y niñas del Hogar. Se trabajó durante tres jornadas de dos horas cada una , en la sede del Hogar. A cada una de las jornadas asistieron entre doce y quince personas.

En la 1° se introdujo la fundamentación y justificación de la campaña del Buen Trato, desarrollamos algunas consideraciones, definiciones y conceptualizaciones generales que consideramos necesarias para unificar criterios para abordar luego actividades relacionadas con la promoción del buen trato desde un enfoque de derechos:

Temas:

-Castigo físico y humillante: intensidad e intención/ disciplina positiva.

-Autoridad-Violencia-poder.

-Consecuencias; en los niños/a, en los padres, en la sociedad.

-Qué podemos hacer para evitar conductas violentas?

Con dinámicas grupales que posibilitaran la sensibilización respecto del tema.

En la 2° se trabajó sobre :

-Concepto de Buen trato.

-principio básicos: reconocimiento, empatía, interacción, comunicación efectiva y negociación.

\_Pautas básicas de promoción del buen trato

En la 3° se trabajó sobre:

-marco normativo internacional y nacional

- Reglas para negociar o gestionar conflictos.

-Propuestas de intervención.

- **Talleres realizados con madres de niños del Hogar.**

Esta actividad se vio dificultada por la escasa adhesión de las madres a la actividad. Se habían planificado tres encuentros y se realizaron sólo dos , ya que al primero concurren cuatro madres y al segundo solo dos ,por lo cual se decidió suspender el 3° , y ofrecer un espacio de referencia desde la institución, para cualquier consulta o asesoramiento requerido.

En los dos talleres se trabajaron los siguientes temas:

**Actividad: Talleres de promoción del buen trato desde un enfoque de derechos**

**Población destinataria:** niños y adolescentes de la Ciudad de San Nicolás.

**Objetivo general:**

- Brindar herramientas que contribuyan a la promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes para el logro de un mejor trato; así como estrategias de afrontamiento de situaciones de violencia concretas.

**Contenidos:** Se trabajó con cuatro líneas conceptuales:

- 1. Castigo físico y humillante.
- 2. Abuso sexual infantil.
- 3. Buen trato.
- 4. Enfoque de derechos

### **1. Hogar “El Amanecer”**

2) Seis talleres de 2hs de duración.

**Destinatarios:** Niños , niñas y adolescentes.

**Referentes:** Lic. En Trabajo Social Clarisa Schmunck. /**Voluntaria:** prof. Virgina Piva

**Fechas :**Setiembre y Octubre de 2008

De 5 a 9 años : 2 grupos de 15 niños y niñas . fechas: 2/9 Y 9/9

de 9 a 12 : 2 grupos de 15 niños y niñas. Fechas: 16/9 y 25 /9

de 13 a 18 : 2 grupos de 25 adolescentes . 24/10 Y 31/10

### **2. Escuelas de San Nicolás:**

**2.1 ESB Jean Piaget (zona centro).**

**Referente :** Prof. Laura Palazetti.

2 talleres

8° a : 30 alumnos . Dos horas. Fecha: 18/09

8° b : 28 alumnos . Dos horas .1/10.

**2.2 EPB N° 45 ( Zona norte)**

**Fecha:** 24/9

**Destinatarios :** Grupo de 30 alumnos de distintos cursos.

**Referente.** Doc. Vilma Carletti

**Duración:** Dos horas

**2.3 EPB N 29( Zona sur)**

**Fecha:** 2/10

**Destinatarios:** Grupo de 25 alumnos de distintos cursos.

**Referente:** Asistente Educacional Silvana Lacoume

**Duración.:** Dos horas.

**2.4 EET N° 6 ( Zona SUR)**

**Fecha:** 4/11/08

**Destinatarios:** 35 alumnos de 8° año.

**Referente:** Prof Paula Luzi

**Duración :** dos horas.

**2.5 Colegio Nacional “Justo Jose de Urquiza” ( centro).**

**Referente:** Rosa Segovia

**Fecha:** 12/11 / 08

**Destinatarios:** 38 alumnos 2° 2° polimodal

**Duración: dos horas y media**

**2.6: EPB Colegio Don Bosco**

**Referente: Mónica Scaldaferro.**

**Fecha: 09 /10**

**Destinatarios: 30 alumnos de 4° EPB**

**Duración: 2 horas.**

**7) Instituto “Nuestra Sra. De Pompeya”**

**Referente: prof. Laura Palazetti.**

**Fecha: 19 de noviembre de 2007**

**Destinatarios: 35 alumnos de 2° E.S.B.**

**Duración: 2 hs.**

**10. ¿Tuvo éxito el proyecto? (Si es posible, den indicadores mensurables.)**

**Se considera exitoso; ya que el objetivo y la naturaleza de este proyecto es de índole comunicacional y en este sentido ha tenido un alto Impacto comunicacional: el diseño con el logo de la campaña fue exhibido durante 10 meses en 6 líneas de transporte urbano de pasajeros; que recorren no solo la ciudad de San Nicolás, sino también localidades cercanas como La Emilia, Ramallo y San Pedro, por lo cual se estima que una gran cantidad de personas lo han visto en el transcurso de la campaña. Una de las formas de evaluar en forma directa que hemos tenido, ha sido el de indagar a todos los participantes de los talleres acerca de la observación de la publicidad, y en un 80% lo reconocían.**

**La campaña fue difundida en los medios gráficos ( diario ), radiales( participación en programas de FM ) y televisivos( entrevistas, exhibición de video) locales .Teniendo en cuenta que San Nicolás es tiene una población de 140.000 , y que estos medios son accesibles a la mayor parte de ell**

**11. Beneficiarios**

**Describan a los beneficiarios directos del proyecto, indicando el número de mujeres y hombres. Favor de mencionar cualquier beneficiarios indirectos.**

**Directos: niños, niñas y adolescentes, adultos participantes de los talleres de capacitación y sensibilización: aproximadamente 320 personas.**

**Indirectos: familiares y pares de los beneficiarios directos, sensibilización en la comunidad.**

**12. ¿Cómo reaccionaron los beneficiarios a las actividades mencionadas? ¿Cómo impactaron a las mujeres y los hombres involucrados en el proyecto?.**

**En líneas generales, las actividades de la campaña fueron recibidas con buena disposición. El criterio de selección de las escuelas fue que hubiera un proyecto previo de trabajo en promoción de buen trato o un compromiso de continuar con el mismo. En este caso, los docentes incorporaron nuevas herramientas para elaborar pautas para prevenir la violencia.**

**Los niños , niñas y adolescentes participaron activamente de las actividades propuestas y evidenciaron interés en la propuesta.**

**13. Resultados del proyecto: ¿Qué logró el proyecto y qué cambios se efectuaron?**

Si el proyecto produjo medios, favor de enviarnos ejemplares de casetes, CD, VCD o DVD con etiqueta indicando duración, lenguaje, fecha de producción. Si posible, favor de enviarnos fotos digitales con leyendas informativas, recortes de prensa/radio, enlaces a páginas web, etc.

**Acorde al siguiente efecto esperado, enunciado en el proyecto:** ” *Las consecuencias de la campaña a mediano plazo serán crear el espacio comunicacional propicio para que circule una mirada distinta que permita hacer visibles todas las formas de violencia o maltrato*” , se considera que este proyecto ha contribuido a generar mayor sensibilidad y mas desnaturalización de los malos tratos en todos los ámbitos., así como ha brindado herramientas para pensar estrategias de prevención de violencia a través de la promoción de a una cantidad significativa de personas de la comunidad.

[www.ceim.org.ar](http://www.ceim.org.ar) (en la página de inicio se encuentra el video realizado para la campaña y en la sección campañas de la web, se encuentra un video donde muestra las actividades realizadas con los distintos grupos de niños y niñas en las escuelas y el Hogar El Amanecer, el que se encuentra en youtube (este material se lo enviaremos por correo postal)

#### 4.1 ¿Cuáles fueron los resultados de la evaluación del proyecto?

La síntesis de los resultados mas significativos fue:

- Consolidación de la Identificación de la institución con el trabajo en prevención de violencia.
- Aumento de: consultas y solicitud de asesoramiento en temas relacionados con la prevención de la violencia.
- Posibilidad de relevar y captar instituciones y personas comprometidas con la temática en nuestra ciudad.
- Eficacia de la utilización de medios no convencionales ( publicidad en transporte publico de pasajeros) para la internalización de imágenes asociadas a la prevención de la violencia.
- 

#### 14.2 ¿Cuáles son los desafíos, dificultades o/y fracasos que encontraron al llevar a cabo el proyecto? Favor de explicar cómo los trataron de resolver dichos desafíos y dificultades.

El área del proyecto que no pudo ser concretado y que hubiera aumentado su impacto ha sido el de la solicitud de colaboración de empresas para aumentar los donativos y sostenerla en el tiempo. Estaba previsto que esta actividad la llevarían a cabo las voluntarias que surgieran de la capacitación, ya que las integrantes de nuestra institución no contamos con la disponibilidad de tiempo para dedicar a esta tarea. Finalizada la capacitación, que coincidió con el verano, sumado a que nuestra institución estuvo sin sede desde noviembre de 2007 a agosto de 2008, las voluntarias capacitadas no continuaron asistiendo , por lo cual no pudimos contar con recursos humanos para dicho fin. De todos modos se elaboró una carpeta para presentar a empresas, que eventualmente presentaremos una vez subsanada esta dificultad.( captación de nuevas voluntarias).

Otras de las dificultades fue el haber encontrado dificultades en articular la demanda de algunas instituciones , con la oferta de nuestras actividades en el marco del proyecto. Es decir, surgieron varias instituciones educativas, que en principio se mostraron muy interesadas en la propuesta, argumentando que tenían muchas dificultades relacionadas con la temática de la violencia en las escuelas; pero no tenían proyectos previos ni a concretar , por lo cual, a la hora de seleccionar las escuelas, se priorizó a aquellas que demostraban no sólo un trabajo realizado , si no también el compromiso asumido por los adulto responsables. Hubo dos casos testigos: uno el de un escuela a la cuál en la reunión previa se le aclaró el criterio y los objetivos de trabajo, e igualmente seleccionaron sólo alumnos con dificultades de conducta, en un contexto de anomia institucional”. Por este motivo, fue muy dificultosa la realización del taller y por ende sus efectos. En otro caso, las talleristas , al llegar a la escuela,( cuyos directivos habían solicitado el taller)y al no haber respetado el acuerdo ( se trabajaría con alumnos y con un referente presente), y al haber decidido unilateralmente reunir padres y alumnos y no tener referente alguno, se decidió

suspender la realización del taller, a lo cual los directivos respondieron que no realizarían el taller. Estas situaciones confirmaron la hipótesis que para que las acciones sean efectivas, es condición necesaria contar con personas comprometidas que puedan sostener y continuar el trabajo de sensibilización

### **13. Cualquier otro comentario que deseen hacer**

El aporte de WACC para nuestra institución y en consecuencia, para nuestra comunidad ha sido de gran importancia en la lucha constante que venimos llevando a cabo con la intención de prevenir, sancionar y erradicar todas las formas de violencia contra las mujeres.

**16. Nombre de la persona que presenta este informe: Ps. Fabiana Conti**

**Cargo: Responsable Área Violencia de Género.**

**Fecha: 05/08/2009**

**Firma:** 