



# ► Gewalt gegen Frauen in Lateinamerika

## Nationale Kampagnen für ein Leben ohne Gewalt

### ► Counterpart

Das Frauenministerium ist die führende staatliche Institution in Paraguay in der Gleichstellungspolitik. Seit ihrer Gründung setzt sich diese Behörde mit dem Thema der Gewalt gegen Frauen als interinstitutionelle Angelegenheit für den Gesamtstaat auseinander.

In diesem Sinne legt der vom Ministerium vorgelegte III. Plan zur Chancengleichheit für Frauen und Männer 2008-2017 spezifische Richtlinien für den Staat in den Aktionsfeldern „Kultur der Gleichberechtigung“ und „Ein Leben frei von Gewalt“ fest.

In seinem letzten Bericht an das CEDAW-Komitee der UNO informiert das Frauenministerium über Initiativen zur Erfüllung des Artikels 5 der Konvention. Dazu gehören unter anderen staatliche Sensibilisierungskampagnen zur Prävention und Beseitigung von Gewalt gegen Frauen, die öffentlichkeitswirksam unter Medieneinsatz stattfinden.

### ► Zusammenarbeit

Das Regionalprogramm ComVoMujer arbeitet gemeinsam mit dem Frauenministerium an eben diesen Sensibilisierungskampagnen, die alljährlich – nun auch unter Einbeziehung ländlicher Regionen – durchgeführt werden.

Die Initiative hat dabei das Frauenministerium, welches die Teilnahme anderer staatlicher Instanzen koordiniert. Dies sind insbesondere das Innenministerium bzw. die nationale Polizei, denen bekanntlich die Innere Sicherheit bzw. die Verfolgung von Strafanzeigen obliegt und die daher zuständig sind, wenn es um Gewalt an Frauen geht.

Jedes Jahr legt das Frauenministerium einen thematischen Schwerpunkt für seine Kampagne fest. Davon ausgehend werden die Kampagnenprodukte und die Verbreitungsstrategie für die Medien entworfen. Im Jahr 2010 lag der Fokus z.B. auf dem Empowerment von Frauen, 2011 war es die Notrufnummer 137 für von Gewalt betroffene Frauen, die so einen größeren Bekanntheitsgrad erreichte.

Die Finanzierung erfolgt aus öffentlichen und privaten Mitteln. Der Hauptsponsor ist das Unternehmen Itaipú Binacional. Aber auch von anderen Unternehmen wie Tigo und Banco Itaú wird die Kampagne unterstützt, ebenso wie von Institutionen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit, so der Spanischen Agentur für Internationale Entwicklungszusammenarbeit AECID, der Organisation UN Women und dem Regionalprogramm ComVoMujer.

### ► Lessons Learned und Wirkungen

Die erste Kampagne (2010) brachte erfolgreich die positive Botschaft ins Bewusstsein der Bevölkerung, dass ein gewaltfreies Leben möglich ist, wenn sich möglichst viele entsprechend dafür einsetzen. Darüber hinaus war die Verbreitung der Information, dass es Anlaufstellen für die Opfer von Gewalt gibt, wo diese ganzheitlich unterstützt werden, ungemein wichtig. In die Kampagne sollte die gesamte Gesellschaft eingebunden





werden, was auch symbolisch zum Ausdruck kam: Zentrales Motiv der Kampagne war das Hüpfspiel „Himmel und Hölle“, das die Einheitlichkeit eines Ganzen, das gleichwohl aus mehreren Teilen besteht, versinnbildlicht.

Die zweite Kampagne (2011) war eine Kampfansage gegen die Vorurteile, die Opfer davon abhalten, um Hilfe zu bitten oder Anzeige zu erstatten. Es wurde ihnen für diesen Zweck die Notrufnummer 137 zur Verfügung gestellt, eine Infostelle, die sie über ihre Rechte und staatliche Hilfsmöglichkeiten aufklärt. Parallel dazu wurde eine Handreichung erarbeitet und Fachpersonal für die Hilfeleistung ausgebildet.

Konkret wurden die beiden Kampagnen medial vermittelt durch

- einen Spot im öffentlichen Fernsehen,
- Radiospots, die im ganzen Land ausgestrahlt wurden,
- Flugzettel/Flyer, die in Tageszeitungen über das ganze Land verteilt wurden und
- Werbematerial (Aufkleber, T-Shirts, Taschen, Müllbeutel, Mousepads, Taschenspiegel, Tassen und Banner für Straßen und Busse), das besonders dort verteilt bzw. angebracht wurde, wo das Frauenministerium aktiv geworden war: bei der nationalen Polizei, im Innenministerium sowie auf Sensibilisierungsveranstaltungen.

Selbstverständlich war alles zweisprachig – in Guaraní und Spanisch – formuliert.

Ein weiterer Erfolgsfaktor war aber auch das enge interministerielle Handeln, angeführt von der Ministerin selbst. Und durch die Präsenz des Präsidenten als wichtigem Sprecher der Kampagne wurde allen deutlich, dass das Problem von Gewalt gegen Frauen in der Verantwortung

des gesamten Staates liegt und dass auch der politische Wille zur Bewältigung dieses Problems vorhanden ist. Kein Wunder, dass diese Intervention auf höchster Ebene eine große Wirkung in den Massenmedien entfaltetete.

Ferner war die Unterstützung aus Kreisen der Privatwirtschaft, die die Kampagnen begleitet haben, hilfreich. Denn dadurch wurde das Thema in den Augen anderer relevanter Akteure der Öffentlichkeit gewissermaßen aufgewertet, so dass es auch für diese von Interesse ist.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die öffentlichen Kampagnen die Nachfrage nach Information und staatlicher Hilfeleistung seitens der betroffenen Frauen erhöht haben. Um staatlicherseits angemessen darauf reagieren zu können, bedarf es indessen einer nachhaltigen interinstitutionellen Anstrengung.

Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die größere Breitenwirkung, die die beiden Kampagnen erzielten. Das wurde erreicht, indem die Kampagnen ihre Perspektive auch auf die der ländlichen Frauen richteten: durch die Zweisprachigkeit des Materials und der Botschaften und durch die Nutzung neuer Werbekanäle sowie innovativer Informationsmöglichkeiten, wie das Bekleben der landesweit fahrenden Busse, wurde auch der ländliche Raum erreicht.

Und schließlich: Die Kampagnen des Frauenministeriums haben in der Region Schule gemacht. So hat sich Peru 2010 die Kampagne „El silencio mata“ (Schweigen tötet) aus dem Jahr 2008 zum Vorbild genommen und sie wiederholt. Jetzt wird erwartet, dass die Schwerpunktverlagerung der neuen paraguayischen Kampagnen auf den ländlichen Bereich auch von anderen Ländern, mutatis mutandis, übernommen wird.



**Regionalprogramm ComVoMujer –**  
Bekämpfung von Gewalt  
gegen Frauen in Lateinamerika  
Deutsche Gesellschaft für  
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH  
Bernardo Alcedo 150, Piso 4  
San Isidro, Lima 27  
Peru  
Tel: +51 - 1 - 442 1101  
[christine.brendel@giz.de](mailto:christine.brendel@giz.de)  
[www.giz.de](http://www.giz.de)

**ComVoMujer Paraguay**  
Nationale Koordinatorin:  
María Molinas Cabrera  
[maria.molinas@giz.de](mailto:maria.molinas@giz.de)  
San Benigno 1315 c /  
Cnel. Torres, Casilla 1859  
Asunción, Paraguay 1209  
Tel: + 595 - 21 - 611943

**Ministerio de la Mujer**  
Edificio Ayfra, Piso 13, bloque B y Planta baja  
Presidente Franco esq. Ayolas  
Asunción, Paraguay  
Tel: +595 - 21 - 450 036/8  
[info@mujer.gov.py](mailto:info@mujer.gov.py)  
[www.mujer.gov.py](http://www.mujer.gov.py)



# Gewalt gegen Frauen in Lateinamerika

## „Ana“ – eine Kampagne gegen Gewalt macht Schule

### ► Counterpart

Wenn es um staatliches Handeln in Bezug auf Frauenfragen geht, sind in Paraguay primär zwei Institutionen zuständig. Einmal naturgemäß das Frauenministerium, zum anderen das Ministerium für Bildung und Kultur (MEC). Ersteres versucht, wenn es um die Bekämpfung von gegen Frauen gerichtete Gewalt geht, dieses Vorhaben als Querschnittsproblem zu etablieren. Grundgedanke dabei ist, dass das Problem nur durch ein multidimensionales Vorgehen der unterschiedlichsten öffentlichen Institutionen lösbar ist.

Das MEC verfolgt einen ergänzenden Ansatz. Sein Programm PRIOME (Chancengleichheit für Frauen im Bildungssektor) macht sich das Thema Diskriminierung von Frauen zu eigen und führt diesbezüglich Aufklärungs- und Fortbildungsveranstaltungen im Bildungswesen durch.

### ► Zusammenarbeit

Mit der landesweiten Kampagne „Ana: Keine Ausflüchte! Jetzt wird über Gewalt gegen Jugendliche geredet“ soll der Gewalt gegen junge Frauen in ländlichen Bildungseinrichtungen vorgebeugt werden. Hierfür wurden zweisprachige Materialien (Spanisch/Guaraní) entwickelt und in Workshops Methoden vermittelt, um die breite Öffentlichkeit im ruralen Raum zu erreichen.

Durchgeführt wurde die Kampagne vom Frauenministerium und PRIOME, wobei sich 15 (von 17) Departamentos daran beteiligen. Die Kampagne beruht auf einer Studie von ComVoMujer und UNICEF, die die beträchtlichen Defizite in Bezug auf präventive Bildungsmaßnahmen zu geschlechtsspezifischer Gewalt – insbesondere im ländlichen Raum – belegt.

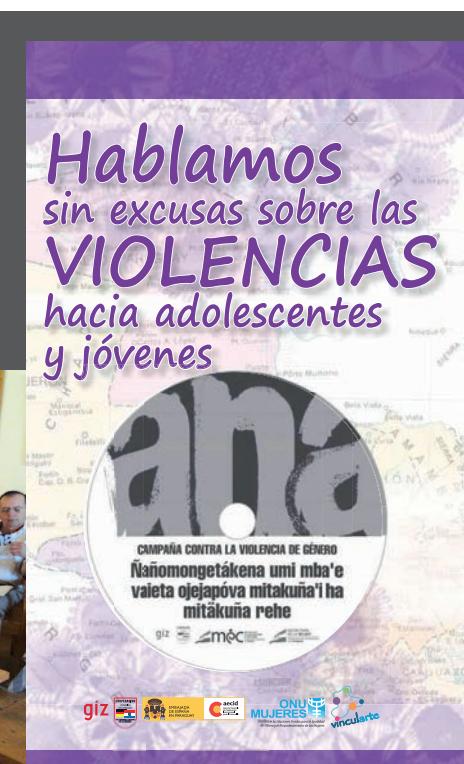


ComVoMujer unterstützt dabei vor allem die Verbesserung der interinstitutionellen Zusammenarbeit des Frauen- und des Bildungsministeriums dahingehend, dass die Maßnahmen bedürfnisgerechter auf die ländlichen Gebiete zugeschnitten sind.

### ► Lessons Learned und Wirkungen

Genau dieses Ziel wurde erreicht; die Kampagne „Ana“ ist insofern ein Beispiel für ein erfolgreiches und ressourcensparendes Vorgehen zweier Ministerien, die horizontal zusammenwirken, um ein beide Zuständigkeitsbereiche betreffendes Querschnittsthema anzugehen. Aber auch eine vertikale Ausrichtung der Kampagne war wichtig und richtig, denn nur durch die Einbeziehung der nachgeordneten bzw. dezentralen Behörden und Autoritäten auf regionaler, Departamento- und Gemeindeebene konnte eine breite politische Unterstützung gewonnen werden.

Einbezogen werden mussten selbstredend auch – sollte sich wirklich ein nachhaltiger Erfolg in der Präventionsarbeit einstellen – die direkt am Bildungsprozess beteiligten Personen (Lehrerinnen und Lehrer) und Institutionen (von den Elternverbänden bis hin zu religiösen Einrichtungen). Diese galt es für das Problem der Gewalt an Frauen zu sensibilisieren, was anhand von partizipativen Workshops geschah, in denen von den Erfahrungen und Gefühlen der Teilnehmer/-innen ausgingen wurde.





Dadurch konnten sie sich stärker mit der Thematik identifizieren und Verantwortungsbewusstsein entwickeln.

Neben dieser Motivation der Bildungsgemeinschaft trugen auch noch das Kampagnenmaterial und die Medien zum Erfolg der Aktion bei:

Das Material umfasst u.a. einen Kurzfilm und einen Debattenleitfaden und ist, schon allein durch die Zweisprachigkeit, ausgezeichnet auf die Gegebenheiten und Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen im ländlichen Raum ausgerichtet.

Die Medien wiederum, also Presse, Rundfunk und Fernsehen, unterstützten das Ganze durch eine weitreichende Berichterstattung im nationalen wie auch im kommunalen Rahmen. Dadurch wurde eine breite Öffentlichkeit, deren Erwartungshaltung und Motivation dementsprechend wuchs, erreicht.

Die Zahlen sprechen für den Erfolg der Kampagnenstrategie: In 20 Arbeitstagen wurden in den 15 Departamentos 1056 Personen mit der Gewaltproblematik vertraut gemacht. Sie rekrutierten sich aus öffentlichen und privaten Grund- und Oberschulen, Elternverbänden, religiösen Einrichtungen, den Gemeinderäten zum Schutz der Kinder- und Jugendrechte CODENI und Frauenorganisationen. All diese verfügen nun über das notwendige Handwerkszeug und sind in ihren individuellen und kollektiven Fähigkeiten gestärkt, um in ihrem jeweiligen Arbeitsbereich – ob auf nationaler oder Gemeindeebene – Gewalt gegen Frauen und Mädchen zu bekämpfen.

Darüber hinaus haben sich allein bis jetzt 46 Fortbildungsteams gebildet, die Trainings und Informati-

onsveranstaltungen abhalten, damit die Prävention von Gewalt in Schulen dort nachhaltig verankert wird.

Auch ungeplante Wirkungen stellten sich ein. So engagieren sich indigene Führungsfiguren freiwillig dafür, dass die Kampagne in ihrem jeweiligen Einflussbereich durch- und weitergeführt wird. Und die Departamentos Paraguarí und Caazapá haben sogar offiziell die Kampagne „Ana“ zum politischen Interessenschwerpunkt erklärt.

Die große Anerkennung, die der Kampagne zuteil wurde, zeigte sich auch darin, dass das Vizeministerium für Jugend sie in das Programm „Offene Schulen 2012“ aufnahm. Im Rahmen dieses Programms setzen Fortbildungsteams während der Sommerferien die Kampagne mit Kindern und Jugendlichen in über 300 staatlichen Bildungseinrichtungen in allen 17 Departamentos und in der Hauptstadt fort.

Im Laufe der Kampagne veränderten die beteiligten Gruppen ihre Wahrnehmung, was Gewalt gegen Frauen angeht. Dieser Perzeptionsprozess wurde registriert; die gesammelten Daten können fortan sehr gut in die Planung zukünftiger Aktionen zu dieser Thematik eingebracht werden.

Erste Schritte für Anschlussprojekte sind schon erfolgt: Ausgehend von der Kampagne „Ana“ wurde Bedarf für eine Übertragung des Themas in die Grundschulbildung angemeldet. Tatsächlich wurde bereits ein weiteres interministerielles Programm im Bereich der Grundschulbildung auf den Weg gebracht – die Kampagne „Anita“.



**Regionalprogramm ComVoMujer –**  
Bekämpfung von Gewalt  
gegen Frauen in Lateinamerika  
Deutsche Gesellschaft für  
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH  
Bernardo Alcedo 150, Piso 4  
San Isidro, Lima 27  
Peru  
Tel: +51 - 1 - 442 1101  
[christine.brendel@giz.de](mailto:christine.brendel@giz.de)  
[www.giz.de](http://www.giz.de)

**ComVoMujer Paraguay**  
Nationale Koordinatorin:  
María Molinas Cabrera  
[maria.molinas@giz.de](mailto:maria.molinas@giz.de)  
San Benigno 1315 c /  
Cnel. Torres, Casilla 1859  
Asunción, Paraguay 1209  
Tel: + 595 - 21 - 611943

**Ministerio de la Mujer**  
Edificio Ayfra, Piso 13, bloque B y Planta baja  
Presidente Franco esq. Ayolas  
Asunción, Paraguay  
Tel.: +595 - 21 - 450 036/8  
[info@mujer.gov.py](mailto:info@mujer.gov.py)  
[www.mujer.gov.py](http://www.mujer.gov.py)

**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Im Auftrag des  
**BMZ**



Bundesministerium für  
wirtschaftliche Zusammenarbeit  
und Entwicklung

