

"CAMPANA DE LAS MUJERES POR EL NO"

I.- PRESENTACION

II.- INTRODUCCION

III.-CARACTER DE LA CAMPANA

IV.- ACTIVIDADES

V.- PRESUPUESTO

I.- PRESENTACION:

Nuestra inquietud, desde siempre, ha sido implementar una campana de la mujer hacia la mujer desde la perspectiva de la mujer.

En estos meses de actividad de nuestro comando, hemos desarrollado un trabajo que a la luz de nuestra evaluacion no ha logrado despegar. No hay una campana con intencionalidad hacia la mujer. No hay campana que asegure a la mujer que votar NO, es lo unico que le garantiza tranquilidad para ella, su familia y una vida sin sobresaltos.

Este problema podria deberse, tal vez, a diferentes puntos de vista de como realizar la campana de la mujer.

Este trabajo tiene como objetivo, precisamente aclarar en forma definitiva esta situacion, discutiendo, con ustedes el caracter de la campana, con el fin ultimo de llegar a la mujer indecisa, que constituye un problema, para nuestras pretenciones de triunfo amplio y rotundo ante la dictadura.

Estamos en situacion de asumir integramente el proyecto, pero quisieramos contar con la seguridad que el Comando tiene la decision de asumir la campana de la Mujer por el NO.

II.- INTRODUCCION

La presencia de las mujeres con iniciativas y perfiles propios, en la creciente movilización del pueblo chileno, en defensa de sus derechos violados, es un fenómeno indiscutible, pero tal vez insuficientemente analizados; no se trata simplemente de un fenómeno coyuntural, ni de la utilización de la sensibilidades femeninas por las corrientes políticas, como ocurriera en el pasado.

La trascendencia y la permanencia de las mujeres como tales en el panorama socio-político actual, es la resultante de cambios profundos producidos en ella, los cuales debemos reconocer, han sido facilitados por la dictadura, que con su modelo económico y el sistema político-social imperante, ha llevado a la mujer en cierta forma a quebrar los roles y moldes preestablecidos para ella por la sociedad.

Los atropellos a los derechos humanos y la crisis económica, en especial la cesantía y la falta de recursos para la sobrevivencia para el núcleo familiar, ha sacado a las mujeres de las cuatro paredes de su casa, para buscar a su marido preso, a su hijo desaparecido, exigir el regreso de su familiar exiliado, trabajar en diversas tareas remuneradas transformándose en trabajadora ocasional.

han sido quehaceres duros pero que la han llevado a tomar conciencia, la han llevado a analizar, criticar para modificar situaciones injustas más globales.

Estos descubrimientos por otra parte, han develado la situación de dependencia y opresión en que nos habíamos situado en nuestra sociedad. El proceso de liberación tanto personal como social de las mujeres aparece entonces con características irreversibles y su proyección en el futuro democrático, es ineludible.

El éxito que han tenido las movilizaciones de mujeres han sido fruto de un estilo propio, de una organización eficiente y diferente, que ha puesto la urgencia de los que vivimos a diario por sobre las diferentes concepciones que tenemos de modelo de sociedad.

No obstante a pesar del avance de las mujeres no podemos desconocer que hay un gran sector de ellas que aun siente miedo de manifestar lo que piensa, pues si lo hace perdura

"Lo que le han dado", o sera responsable del caos que se desate en el pais.

Esta mujer siente una profunda inseguridad dudando tanto de su propia capacidad como de la capacidad de sus conciudadanos para forjar el destino del pais. Es necesario hablarle, aclararle la situacion, con su lenguaje y desde su realidad.

III.- CARACTER DE LA CAMPANA DE LA MUJER:

Basandonos en nuestra experiencia de trabajo con mujeres, en estos 15 años y ademas apoyandonos en las encuestas, hemos constatado que la mujer, en general no lee, no ve ni escucha programas de contenido politico. Esta mujer, por supuesto no concurre a manifestaciones en recintos cerrados. Como esta mujer es una gran parte de la poblacion, se hace necesario realizar actividades dirigidas en especial para ellas partiendo desde su realidad, su sensibilidad, su medio y su cultura.

A esa mujer desinformada y manipulada por la propaganda oficial debe ir dirigida nuestro mensaje con respuestas concretas a sus necesidades.

Como creemos en la valoracion de las mujeres como individuos, con aprovechamiento integral de sus potencialidades intelectuales, fisicas, morales y culturales, y por que sabemos que la mujer es la sostenedora de la familia, la trasmisora de los valores morales y culturales, que ella transmite fundamentalmente a traves de su amor. Es por esto que nuestra campana debe estar infundida de UNIDAD, ALEGRIA, PLURALISMO Y PARTICIPACION.

Pensamos que la Campana hacia la Mujer debe ser enfrentada en 3 aspectos:

- 1.- Publicidad.
- 2.- Actos que provoquen hechos politicos.
- 3.- Actividades cotidianas.

1.- PUBLICIDAD: Desarrollada en forma masiva, permanente y asil, en todos los medios de comunicacion permitidos.

Esta publicidad, hacia la mujer debe contener un mensaje directo, claro y sencillo.

Esta publicidad debe garantizar por sobre todo que el NO, no es el caos.

2.- ACTOS: Tienen que tener dos objetivos fundamentales, provocar un hecho politico, y entregar las herramientas necesarias, para que la mujer alli presente, pueda utilizar en su trabajo cotidiano, de captacion de mujeres, para el NO.

En atención a lo ya expresado anteriormente que la mujer indecisa, no es la que concurre en mayor número a estos actos.

3.- ACTIVIDADES COTIDIANAS: Debemos impulsar, en forma eficaz la masificación de estas actividades: los puerta a puerta, los cara a cara, los pequeños mitines, enseñar a votar, los tecitos, los rayados de la consigna de la mujer, y todas las posibles.

a) CONSIGNA: "LAS MUJERES VOTAMOS NO +".

Esta consigna refleja la especificidad de la mujer, su repudio al régimen y su rebeldía a la injusticia y discriminación.

"LAS MUJERES VOTAMOS NO +"

- al régimen
- a la constitución.
- a la discriminación.
- a la falta de salud.
- a la falta de vivienda.
- a la falta de trabajo permanente.
- a la falta de escuelas y Universidades.

"LAS MUJERES VOTAMOS NO +"

- a la inseguridad que Pinochet nos da.
- a la inseguridad en el trabajo.
- a la inseguridad del futuro de nuestros hijos.
- a la inseguridad de expresarnos,
- a la inseguridad de caminar por nuestras calles.

"LAS MUJERES VOTAMOS NO +".

Para obtener para nosotras y nuestros hijos:

- un futuro digno.
- estabilidad en la familia.
- democracia, libertad y participación.
- para que se respeten los derechos humanos.
- para que el pueblo haga oír su voz y pueda elegir su destino.

El SI, significa la continuación de la violación de los derechos humanos, la continuidad de la cesantía, del hambre y la miseria. Significa la perpetuación de la marginalidad.

EL NO, en cambio significa:

Abrir las puertas que nos llevaran a la democracia, a la libertad, y a la dignidad y al respeto del ser humano.

Por eso, "LAS MUJERES VOTAMOS NO +"

IV. ACTIVIDADES:

1.-PUBLICIDAD:

1.1 OBJETIVOS:

- Promover la participacion de la mujer de sectores medios y de sectores populares para expresar su NO en el proximo plebiscito.

- Hacer que cada mujer mayor de 18 anos se sienta protagonista con su voto, del cambio historico del pais.

1.2 AUDIENCIA:

Mujeres mayores de 18 anos pertenecientes a los sectores medios y populares del pais.

1.3 APELACIONES MOTIVACIONALES Y PUBLICITARIAS:

La complejidad del problema nos indica usar una estrategia que apunta a apelaciones emocionales, racionales, y el llamado a votar a traves de la sensacion de urgencia.

1.3.1 EMOCIONALES Y RACIONALES:

La mayor parte de los bloques psicologicos nacen de la realidad actual, lo que se ha evidenciado en sensacion de temor, desanimo e impotencia.

No se trata ahora de resolver las causas, solo podemos sensibilizar a la poblacion femenina para superar los bloqueos.

Asumimos que las mujeres anhelan la democracia, por eso lo hemos expresado.

"LAS MUJERES VOTAMOS NO +"

Por que?

- Porque llamamos especificamente a las mujeres.
- Porque las mujeres-historicamente sesresadas de la vida publica- esta vez votamos NO+.
- Porque al votar NO+ Decimos NO+ a la dictadura.
- Porque las mujeres tenemos voz y voto: votamos NO+

En sintesis: HACEMOS EVIDENTE NUESTRA DICISSION DE IR AL PLEBISCITO Y VOTAR NO, PESE A TODO OBSTACULO.

1.3.2 Se requiere AHORA incorporar a la Mujer a la idea de votar de manera eficiente y decidida.

El llamado es: "LAS MUJERES VOTAMOS NO +"

CAMPANA RADIAL:

- 5 Spot diarios
- con voz de mujer
- con caracter de noticias (flash)
- dar la imagen que las mujeres se van sumando al NO.

RADIOS POSIBLES:

- Cooperativa, Santiago, Umbral y Carrera.
- Horario: especialmente horario de la manana.

PROGRESION DE LA CAMPANA:

Primera y Segunda semana:
EN LAS COMUNAS:

n la Florida
Las Mujeres votamos NO+

En Santiago
Las mujeres votamos NO+

Segunda y Tercera semana:

EN LAS PROVINCIAS:

En Arica

Las mujeres votamos NO+

En Chile:

Las mujeres votamos NO+

EN LAS ORGANIZACIONES:

Tercera y Cuarta semana:

Las campesinas votamos NO+.

Las profesionales votamos No+

Las dueñas de casa votamos No+

En Chile las mujeres votamos NO+.

CAMPANA EN DIARIOS Y REVISTAS:

Al igual que en la campana radial la idea es dar la imagen de que cada vez son mas las mujeres que se van sumando al NO.

Creemos necesario que todas las noticias de actividades de mujeres deben ser identificadas con la consigna (como si fuera un timbre).

La campana tendra un caracter progresivo (ver anexo con la explicacion grafica de la campana).

Sugerencias de diarios:

Fortin- Epoca y Las Ultimas Noticias, especial enfasis en suplemento femeninos, y diarios de los dias Viernes y Domingos

Sugerencias de revistas:

Paula-Apsi-Analisis y Hoy

CAMPANA TELEVISIVA

- VIDEO/ACCION: (Documental 15 minutos, 3/4 color).

- DESCRIPCION: La campana del voto de la mujer por el NO, contempla la realizacion de un video/documental que reuna a mujeres de distintas edades y diversos estratos sociales, pobladoras, profesionales, empleadas, estudiantes, campesinas, artistas, sindicalistas, etc.; que testimonien directamente frente a la camara sus motivaciones para decir NO frente al plebiscito. Se privilegiaran aquellas experiencias cotidianas de orden familiar, de contenidos simples y de rapido entendimiento, para producir la empatia con el publico espectador, por ejemplo lo que respecta a problemas educacionales, alimenticios, laborales, salud, vivienda, como asi mismo contenido especifico de la mujer.

Como estrategia global se insistira en las demandas basicas y masivas, evitando aquello que resulta a politicas partidistas, pues la idea es captar la mayor cantidad de mujeres en particular y de ciudadanos en general a la causa del NO. Con este fin las entrevistadas seleccionadas cubriran un margen amplio de posibilidades sociales, desde la mujer anonima-duena de casa, por ejemplo- hasta mujeres que han ocupado importantes lugares publicos, siendo de esta manera facilmente reconocida por los teleespectadores.

-OBJETIVOS:

1.- Lograr una identificacion de las espectadoras de la television con las mujeres que compareceran entregando sus testimonios en el video. Por ello se trabajara con mujeres de distintas edades y distintos sectores sociales.

1.- Motivar a las mujeres a votar NO.

3.- Conseguir que cada mujer que vea este video se transforme en una propagandista de la mujer en la Campana por el NO.

Ademas este video se utilizara para circular por todos los circuitos alternativos, Universidades, Parroquias, Centros Culturales, espacios poblacionales, actos masivos, organismos y organizaciones no gubernamentales, provincias. Para lograr los objetivos anteriormente senalados.

2.- ACTO FINAL

RECUPERACION DEL EMBLEMA NACIONAL (ACTO DE LA BANDERA).

FUNDAMENTACION:

La dictadura como en todos los gobiernos, en que una minoria pretende imponerse por la fuerza a una mayoria, maneja en forma semantica los simbolos y las palabras, que emplea como propias, con el fin de desarticular a todos aquellos que disienten. Es asi que simbolos como la bandera son apropiados, por esta clase de gobierno.

Los partidos que estamos por el NO debemos recuperar estos simbolos y los conceptos de justicia, patria, seguridad y democracia para el pueblo, para el futuro democratico de Chile y demostrar en que forma estos simbolos y conceptos han sido mistificados, manejados y prostituidos por la dictadura.

Esta es la razon que nos lleva a promover una gran movilizacion a nivel nacional en torno a nuestro emblema patrio. Una bandera que recoja la voluntad de recuperar para Chile una democracia real y participativa.

Que recoja la generosidad de los hombres y mujeres de todo Chile, que reconocen la necesidad de la unidad y del consenso para lograrlo y la esperanza que los chilenos somos capaces de forjar nuestra historia y el futuro de nuestros hijos.

Nuestro proyecto es la confeccion de una bandera que este formada por trozos que representen a cada una de las doce regiones del pais, la region metropolitana y a todos los chilenos que viven en el exilio. Todos estos trozos se uniran en un gran acto multitudinario y con ello se formara una bandera que represente el espiritu y el sentir de todos los chilenos que estan por la democracia y como tal pueda ser entregado al futuro Congreso Nacional, cuyos representantes habran sido elegidos en forma libre y soberana por nuestro pueblo.

3.- CALENDARIO DE ACTIVIDADES

22/8

- Lanzamiento de la campana en la Florida.
- Impresion del material de la campana (ya entregado).

23/8

- Campana radial (iniciacion).

24/8

- Reunion con encargados de provincia para informar sobre campana.
- Visita a Comandos comunales, con el mismo fin.
- Lanzamiento grafico de la campana.
- Comunicado de prensa.

25/8

- Visita comandos comunales.
- Conferencia de prensa sobre la campana.
- Evaluacion e implementacion del trabajo por el comando de mujeres.

26/8

- Reunion comandos comunales de mujeres para planificar la campana en los sectores.

28/8

- Simulacro de votacion en todo Santiago.

30/8

- Entrega de cartas en prefecturas y resimientos.

1/9

- Te masivos en los comandos de los diferentes sectores.

3/9

- Simulacro de votacion en los sectores.

4/9/

- Presencia de mujeres en la concentracion.

9/9

- Fase de preparacion del acto central.

11/9

- Gran misa de mujeres para pedir Democracia para Chile.

Semana del 12 al 19 de Septiembre.

- Fortalecimiento de la campana radial y de prensa.
- Simulacro de votacion NO.
- Preparacion del acto central en los sectores.
- Viaje a las provincias para preparar la marcha central.

Semana del 20 al 25 de Septiembre.

- Reunion por sectores.
- Organizacion en todo Chile del acto central.

23/9

- Acto central.

Semana del 26 al 30 de septiembre.

- Trabajar campana de modelo positivo de mujer como conductora capaz de organizar a otras mujeres en sus sectores.
- Lanzamiento del instructivo de la organizacion de las mujeres en el dia del plebiscito, como apoderadas o realizando otras tareas en sus sectores, para garantizar la marcha tranquila del plebiscito.

V.- PRESUPUESTO

I.- Línea Encuentros:

Encuentro Mujeres : Pobladoras
Sindicales
Campesinas

TOTAL ITEM: 100.000.-

2.- Línea Actividades Territoriales:

5 lugares de Santiago

TOTAL ITEM: 200.000.-

3.- Línea de Actos

Acto Central:

Arriendo Estadio

400.000.-

Escenografía-escenario

500.000.-

Sonido e iluminación

320.000.-

Locomoción Santiago

300.000.-

" Provincia

450.6000.-

Globos, serpentinas, etc.

100.000.-

Banderolas

100.000.-

Bandera con Armazón

200.000.-

TOTAL ITEM: 2.370.600.-

4.- Pasajes y viáticos a Provincia

250.270.-

TOTAL PROYECTO: 2.920.870.-

NOTA: Línea de Publicidad: el presupuesto, no está contemplado.

PRE CAMPAÑA PUBLICITARIA
COMANDO DE MUJERES POR EL NO

1.0 ANTECEDENTES

El Comando de Mujeres por el NO, requiere de una Campaña Publicitaria cuyo objetivo fundamental es hacer que cada ciudadana mayor de 18 años, participe en el próximo Plebiscito.

La tarea consiste en lograr vencer los bloqueos síquicos presentes en importantes sectores femeninos de la población. Para ésto es necesario apelar directamente a la mujer- que constituye la mitad de los votantes del país-, haciéndola sentir que el urgente cambio sociopolítico radica en su particular decisión.

Debemos fomentar la participación de la Mujer en el próximo Plebiscito como protagonista de la necesidad de cambio y bien común, desde un llamado de atención sobre las necesidades básicas y la reconstrucción moral del país.

2.0 EL PROBLEMA

- Sectores de mujeres indecisas, temerosas o desinformadas, ante la necesidad de inscribirse en los Registros Electorales y votar NO en el próximo Plebiscito.
- El espacio público restringido del que se dispone para hacer una Campaña eficaz, objetiva y justa.
- El corto plazo que se dispone para llegar a los sectores femeninos antes mencionados.

2.1 ¿POR QUE?

La indecisión, el temor, la desinformación provienen por una parte de la realidad misma que cotidianamente enfrentan las mujeres, vale decir, la inestabilidad generalizada que propicia el régimen dictatorial y por otra, por el escaso espacio público que dispone la oposición para levantar sus demandas y sus denuncias. A esto se debe agregar que la oposición no ha generado un discurso específico para la mujer, invocándola como sujeto destacado en el próximo Plebiscito.

2.2 PUNTOS DEBILES: Bloqueos psicológicos

- El Miedo: Derivado del temor a un conflicto abierto que pueda terminar en más violencia, represión,

inestabilidad.

"Temo votar" "No me inscribo porque es peligroso"

- La Frustración: Por la gran distancia que existe hoy entre las expectativas de modos de vida y los modos reales y cotidianos, que tiende en los sectores más desposeídos a adoptar actitudes depresivas y fatalistas.
- La Baja Autoestima: Pese a que la Mujer ha logrado los más importantes avances en materia de auto-organización en distintos sectores socio-económicos (Investigación, auto-gestión, acción, etc.) en estos últimos años de dictadura, aún subyacen factores culturales que le niegan a ser protagonista pública de sus luchas, pues los discursos alternativos y de oposición no han enfatizado sus logros como conjunto social y por ello como fuerza política nueva.
- El Escepticismo: El ¿ para qué inscribirse? ¿para qué votar? si ya se sabe que habrá fraude? es una de las observaciones más frecuentes, especialmente en sectores populares. *No cree en el cambio,*

Por lo tanto, es imprescindible hacer del próximo Plebiscito la gran instancia para que la Mujer participe y se pronuncie social y políticamente.

2.2 PUNTOS FUERTES

- A pesar de los serios obstáculos señalados para la adecuada recepción del mensaje democrático por parte de las mujeres, es posible esperar de ellas una respuesta positiva en virtud del importante papel que ha desempeñado la mujer, instaurando nuevos espacios intelectuales y de reflexión, movimientos de acción y organizaciones de sobrevivencia (ollas comunes, huertos populares, comprando juntas, etc.)
- El número creciente de organizaciones de mujeres existentes en estratos sociales medios y populares que esperan recibir un llamado directo que valorice el trabajo realizado en estos años de dictadura.
- La mujer, en estos años, ha asumido importantes funciones al interior de la familia, transformándose, en muchos casos, en la articuladora y sustentadora de su grupo familiar, lo que la ha enfrentado directamente a los graves deterioros de las condiciones de vida que afectan al pueblo chileno y al atropello constante de las libertades y derechos cívicos de la población en general.

- Por los puntos señalados, se resume la capacidad de participación de las mujeres en el próximo Plebiscito.