

Campanha 16 dias de Activismo

The image shows a screenshot of the Global 16 Days Campaign website. The top navigation bar is yellow and contains the logo for the Global 16 Days Campaign (Center for Women's Global Leadership), the slogan "AWARENESS TO ACCOUNTABILITY", and navigation links: "ABOUT", "#RATIFYILO190", "RESOURCES", "EVENTS", "CONTACT", and a red "DONATE" button. The main content area has a dark blue background with a faded image of a woman wearing a hijab. On the left, it features the text "ILO Convention on Violence and Harassment Adopted on June 21, 2019" and a large teal headline: "MILESTONE: ONE YEAR ANNIVERSARY OF THE ADOPTION OF ILO C190!". Below this are two buttons: a yellow "SECTOR FOCUS INITIATIVE" button and a red "TAKE ACTION" button. On the right, the hashtag "#RatifyILO190" is displayed in teal. At the bottom right, a dark blue button says "About 16 Days".

GLOBAL 16 DAYS CAMPAIGN
CENTER FOR WOMEN'S GLOBAL LEADERSHIP

AWARENESS TO ACCOUNTABILITY

[ABOUT](#) [#RATIFYILO190](#) [RESOURCES](#) [EVENTS](#) [CONTACT](#) [DONATE](#)

ILO Convention on Violence and Harassment
Adopted on June 21, 2019

MILESTONE: ONE YEAR ANNIVERSARY OF THE ADOPTION OF ILO C190!

Global 16 Days Campaign

[SECTOR FOCUS INITIATIVE](#)

[TAKE ACTION](#)

[#RatifyILO190](#)

[About 16 Days](#)

Global 16 Days Campaign

Why focus on women workers in the informal economy in 2020?

June 22, 2020



- A Campanha de 2020 visa aumentar seus esforços para ampliar as vozes das mulheres trabalhadoras na economia informal, enquanto em paralelo, continua a clamar pela ratificação da Convenção 190 da OIT e pelo fim de todas as formas de Violência Baseada no Gênero em espaços públicos e privados.
- Fonte: <https://16dayscampaign.org/>



2020- O ano da COVID

- A pandemia trouxe consigo novas tensões que criaram dificuldades acrescidas às mulheres, principalmente as que trabalham em sectores informais.
- Em Moçambique, assim como em todo o mundo, tem-se verificado um aumento de casos de violência doméstica, sendo as mulheres as principais vítimas. <https://e-global.pt/noticias/lusofonia/mocambique/mocambique-casos-de-violencia-domestica-aumentam-em-tete/>
- Lições de crises anteriores mostram-nos que as mulheres perdem emprego a uma taxa mais elevada que os homens e têm maiores dificuldades em voltar a ser inseridas no mercado laboral.
- Este ano está, indubitavelmente, associado e marcado pela pandemia do novo coronavírus.

- De acordo com a OIT, 58% das mulheres a nível mundial são empregados na economia informal e nos países em desenvolvimento até 92% são assim empregados. Estas actividades das trabalhadoras abrangem um vasto espectro de funções essenciais que incluem, mas não estão limitados a, limpeza de casas, cozinhar alimentos, cuidar de crianças, e cuidar de aos idosos e doentes, bem como às pessoas com deficiências e necessidades especiais. Eles cultivam, vendem mercadorias, reciclar lixo, coser peças de vestuário, e manter os nossos bairros estão limpos. O seu trabalho contribui para a economia em geral de muitas maneiras.

Um casamento perfeito com a campanha Género em Tempos de COVID

- Lançámos, em Setembro, a campanha Género em Tempos de COVID, onde abordámos a necessidade de uma convivência saudável e pacífica em cada família, no contexto da pandemia.
- A primeira fase da campanha incidiu sobre a convivência dentro de casa e tínhamos, na altura da preparação da mesma, reservado para a segunda fase um olhar sobre as consequências económicas que a pandemia iria provocar.



ENFRENTAMOS A COVID-19 EM PAZ E HARMONIA



Em caso de dúvida ligue para:

Uma iniciativa:

Financiada por:

ALIADAS
WOMEN'S VOICE AND LEADERSHIP
MOZAMBIQUE

Bundesministerium
Kunst, Kultur,
öffentlicher Dienst und Sport

wonderland
platform for european
architecture

UKaid
from the British people

Alo Vida! 84146
vodacom
tmcel
82149 ou 1490
1490
PENSA
*660#

MULHERES
ComVida
mais fortes que um virus

MOZA
O valor é teu.

REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

UNEP
MOZAMBIQUE
MOVIMENTO DE EDUCAÇÃO
PARA TODOS

MUVA

Reflexão estratégica

Objetivo

Dar visibilidade aos casos de violência económica que mulheres trabalhadoras, principalmente do setor informal, sofrem no contexto do COVID. Bem como, o impacto disso em seu bem-estar pessoal e no desenvolvimento da sua actividade económica.

Público

Mulheres e Raparigas, com idade entre 15-49 anos de Maputo.

Tema

16 Dias de Ativismo contra a Violência de Género.

Mensagem central

Diariamente mulheres sofrem violência económica por causa da sua actividade económica. Essa violência baseada no género precisa acabar.

Canais

Instagram, Facebook, YouTube e WhatsApp.

Formatos

Instagram: Carrossel, 1min videos.
Facebook: Carrossel e 1min videos.
Webinar: YouTube
Whatsapp: Imagem formato vertical.

Criação e Planeamento Tático

Publicações

4 Carrosséis Instagram e Facebook 5 imagens cada; 4 videos 1min Instagram e Facebook, 01 webinar YouTube (repost Instagram), 01 imagem Whatsapp.

Frequência

Semanalmente às quartas-feiras (25/11, 02/12, 09/12) e dia 10/12 quinta-feira inclusive.

Promoção

Através de redes existentes no WhatsApp e seleção 6 mulheres trabalhadoras embaixadoras que superaram o historico de violência.

Duração

Duração total 17 dias. Inicio: 24 de Novembro e Fim 10 de Dezembro.

Criação e Planejamento Tático

Canal



Webinar de Lançamento

No lançamento da campanha, dia 25 de Novembro, vamos organizar um Webinar com 4 Mulheres vítimas de violência de gênero, associada as suas actividades económicas e engajadas na causa.

Sugestão de pauta: de mostrar a importância do Ativismo contra a Violência de Gênero, compartilhar situações reais e mostrar como mulheres podem agir dentro desse contexto.

Tarefas:

- Escolher 4 convidadas e mediadora;
- Enviar convite;
- Criar peça (direção de arte e redação) de divulgação do Webinar formato vertical Stories e imagem de Whastapp.
- Definir agenda do webinar
- Gravar
- Postar gravação no YouTube com boa descrição para rançarmos bem em pesquisas associadas no Google.
- Fazer um recorte de 5 para postar no Instagram e Facebook - marcando as mulheres convidadas.

Canal



Convite Whatsapp

No dia anterior ao lançamento da campanha, vamos criar uma imagem sobre a campanha para divulgar nos grupos e redes de parceiros dos quais a MUVA faz parte. (inclusive parceiros da campanha COVID-19)

Sugestão de conteúdo: “A Muva também esta engajada contra a violência de gênero. Nos próximos 16 dias vamos promover a conscientização sobre a violência da mulher trabalhadora em nossos canais e promoveremos amanhã às x horas com Webinar ao vivo em nosso canal de YouTube sobre o tema.”

Tarefas:

- Definir redação da peça convite WhatsApp;
- Criar direção de arte da peça;
- Mapear grupos e postar imagem (enviar para pessoas próximas também)
- Set up live no YouTube e extrair video
- Escrever descritivo do video no Youtube e incluir link para redes sociais MUVA.

Criação e Planejamento Tático

Canais



Carrossel 'Situações'

Cada peça irá abordar uma situação de violência de gênero associada à atividade econômica da mulher.

Carrossel 1 e 2 - trabalham nos empregos informais (mekeristas e mercado) podem ter dificuldades para ter os rendimentos básicos para sua família.

Carrossel 3 e 4 - trabalham no cuidado: domésticos e creche, podem ter dificuldades para ter os rendimentos básicos para sua família.

Tarefas:

- Escrever a redação de cada post (narrativa em 5 imagens) e legenda.
- Criar um template para os carrosséis.
- Selecionar imagens para ilustrar.
- Postar carrosséis na linha do tempo do Instagram (repost stories) e na linha do tempo do Facebook.

* Pensar em quotas compartilháveis, exemplo: "Todo trabalho conta" ou "Eu também estou na luta contra a violência de gênero" e usar hashtags mapeadas.

Videos de 'Depoimentos'

Vamos pedir para 4 mulheres que superaram histórico de violência, por que trabalham ou trazem dinheiro para casa, para gravarem vídeos (formato vertical Selfie) de até 1 minuto contando porquê ela sofreu violência de gênero e que dica ela dá para mulheres em situações similares.

Video 1 e 4 - Mulher do setor informal;

Video 2 - Mulher do setor formal;

Video 3 - Mulher de Org. ou rede associada ao tema;

Tarefas:

- Escolher mulheres;
- Enviar briefing indicando como gravar e o que falar;
- Criar template simples vertical para inserir os vídeos;
- Inserir vídeos no Template;
- Postar vídeos semanalmente na linha do tempo do Facebook, Instagram e Stories, marcando as mulheres.