

Envolvendo os Homens ao Nível Comunitário



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Engender**Health**
for a better life

the **ACQUIRE** project


PROMUNDO

Projecto ACQUIRE

C/o EngenderHealth
440 Ninth Avenue
New York, NY 10001 U.S.A.
Telefone : +1-212-561-8000 Brazil
Fax: +1-212-561-8067
e-mail: info@acquireproject.org
www.acquireproject.org

Promundo

Rua México, 31/1502
Rio De Janeiro - RJ
Código ZIP: 20031-144
Brasil
Telefone/Fax: +55 (21) 2544-3114
e-mail: promundo@promundo.org.br
www.promundo.org.br

Esta publicação foi tornada possível, graças ao generoso apoio do povo Americano, através do Escritório da População e Saúde Reprodutiva, Agência Norte-Americana de Desenvolvimento Internacional (USAID), sob os termos de acordo de cooperação. GPO-A-00-03-00006.

Os conteúdos são da responsabilidade do Projecto ACQUIRE e não reflectem necessariamente a visão da USAID ou do Governo dos Estados Unidos da América.

Desenho e arranjo gráfico: LimeBlue

Capa: LimeBlue

ISBN 978-1-885063-78-6

Agradecimentos

Algumas pessoas contribuíram para a criação deste manual. Os membros da equipa da EngenderHealth Kent Klindera, Andrew Levack e Manisha Mehta, assim como os membros da equipa da Promundo Christine, Ricardo e Fábio Verani que redigiram o manual.

Gostaríamos de agradecer a Dulcy Israel que editou o manual e LimeBlue na África do Sul por ter elaborado o design do manual.

Agradecemos também a assistência da Laura Skolnik, Sara Wilhemsen e Patrícia McDonald que deram o seu parecer sobre o manual. Finalmente, gostaríamos de agradecer a todos os participantes que assistiram ao workshop de mobilização comunitária na Namíbia e na Etiópia, onde este manual foi pretestado.

Os nossos agradecimentos vão igualmente para o Plano de Emergência do Presidente dos Estados Unidos Para Alívio a Sida, através da Interação de Iniciativas Técnicas de Grupos de Trabalho de Normas Masculinas que nos conduziu ao desenvolvimento deste volume.

Para mais informação, contacte:

Manisha Mehta

Team Leader, Gender Initiative
EngenderHealth
440 Ninth Avenue
New York, NY, 10001 U.S.A.
+1 (212) 561-8394
Email: mmehta@engenderhealth.org

Christine Ricardo

Coordinator, Gender & Health Program
Promundo
Rua México, 31/1502
Rio De Janeiro – RJ Brazil, 20031-144
+55 (21) 2544-3114
Email: c.ricardo@promundo.org.br

Índice

I. Introdução	3
II. Sobre o Manual	11
III. Amostras de Agendas (Ordem do dia)	14
1. Actividades Introdutórias	21
1.1. Analisando as Nossas Atitudes	21
1.2. Aprendendo Sobre Género	23
1.3. Aja Como Homem	27
1.4. Porquê Trabalhar com Homens, HIV e SIDA?	31
1.5. Os Homens Estão Interessado em Mudar?	33
1.6. O que Significa Engajamento Comunitário para Si?	37
1.7. Conduzindo uma Avaliação Comunitária	41
1.8. Construindo Alianças	49
1.9. Lidando com a Oposição	53
2. Diferentes Actividades do Envolvimento da Comunidade	63
2.1. Identificando Actividades de Envolvimento Comunitário	63
2.2. Trabalhando com Praticantes de Teatro	65
2.3. Trabalhando com Artistas Visuais	71
2.4. Campanhas de Média e Marketing Social	73
2.5. Feiras de Saúde sobre Género e HIV	85
2.6. Discussões em Grupo	89
2.7. Mesas Redondas	93
2.8. Marchas/Corridas Ligadas ao Género e HIV	97
2.9. Alcançando Homens Através do Desporto	101
2.10. Visitas Porta-a-Porta	105
2.11. Discussão Um-a-Um/Sensibilização de Pares	107
2.12. Plano de Acção	109
3. Actividades para o Desenvolvimento de Equipas de Acção Comunitária (EAC)	113
3.1. Equipas de Acção Comunitária	113
3.2. Começando Uma EAC	121
3.3. Acção de EAC e o Modelo Ecológico	123
3.4. Desenvolvendo um Plano de Acção de EAC	131
3.5. O que são Actividades de EAC?	135
3.6. Desenvolvendo uma Estratégia de EAC	139
3.7. Actividades de Avaliação	145
3.8. Mantendo Envolvimento Voluntário	149
3.9. Transições	151



Introdução

Porquê focalizar nos rapazes e homens?

Durante muitos anos, assumimos posições em relação à saúde dos rapazes e dos homens segundo as quais - eles estão bem e têm menos necessidades do que as mulheres e as meninas. E mais: assumimos que é difícil lidar com eles, que são agressivos e não se preocupam com a sua saúde. Com frequência, encarámo-los como os perpetradores da violência – contra as mulheres, contra outros homens, contra si próprios e – sem parar para entender como a socialização dos rapazes e dos homens encoraja essa violência. Contudo, novas pesquisas e perspectivas procuram formas mais cuidadosas de entender como é feita a socialização de homens e rapazes, as suas necessidades em termos de desenvolvimento saudável e como os educadores da área da saúde e outros, podem ajudá-los da maneira mais adequada.

Além disso, nos últimos 20 anos e devido a numerosas iniciativas levadas a cabo para conferir poder às mulheres e corrigir desigualdades de género, muitos defensores dos direitos das mulheres aprenderam que a promoção da saúde e bem-estar das mulheres e raparigas também requer o envolvimento de homens e rapazes. A Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento (ICPD), realizada em 1994 e a IV Conferência Mundial sobre Mulheres, que teve lugar em Beijing, em 1995, lançaram as bases para a inclusão de homens e rapazes no empreendimento de esforços, visando a melhoria do status das mulheres e raparigas. O Programa de Acção da ICPD, por exemplo, procura “promover a igualdade de género em todas as esferas da vida, incluindo a vida familiar e comunitária, encorajar e levar os homens a assumirem responsabilidade pelo seu comportamento sexual e reprodutivo, bem como pelos seus papéis familiares e sociais”.

Ainda nos últimos anos, tem havido maior reconhecimento do custo das rígidas construções de masculinidade para os homens e rapazes – incluindo maiores taxas de morte por acidente de trânsito, suicídio e violência, em comparação às mulheres, bem como maiores taxas de uso de drogas e ingestão de álcool. Esses problemas confirmam que os homens são vulnerabilizados pelas rígidas normas sociais relativas ao que significa ser homem, e, ao mesmo tempo, vulnerabilizam também as mulheres. Nesse contexto, abordar as vulnerabilidades dos homens, no que diz respeito ao desenvolvimento e à saúde, requer a aplicação de uma perspectiva de género ao programa.^{1, 2}

Mas, o que significa aplicar uma “perspectiva de género” no trabalho com homens? Género – em oposição a sexo – refere-se às formas pelas quais somos socializados para nos comportar, agir e vestir para sermos homens ou mulheres; é a forma como esses papéis, normalmente estereotipados, são reforçados, interiorizados e ensinados. Às vezes, achamos que a maneira como homens e rapazes se comportam é “natural” – que “rapazes serão rapazes”.

Entretanto, as raízes de muitos comportamentos dos homens – seja a negociação ou não da abstinência ou do uso de preservativo com a parceira, o cuidado dos filhos ou o uso de violência contra a parceira – são encontradas no modo como esses homens são criados.

¹ World Health Organization. 2000. What about boys?: A literature review on the health and development of adolescent boys. Geneva, Switzerland.

² World Health Organization. 2002. World report on violence and health. Geneva, Switzerland.

Em muitos ambientes, homens jovens e adultos podem aprender que ser “homem de verdade” significa ser forte e agressivo e ter várias parceiras sexuais. Eles podem também ser condicionados a não expressar as suas emoções e a usar a violência para resolver conflitos e manter a sua “honra”. Mudar o modo de criar e ver os homens jovens e adultos não é fácil, mas faz parte da construção de comunidades mais saudáveis e equitativas

Portanto, aplicar uma perspectiva de género no trabalho com homens e rapazes implica duas metas principais:

1) Equidade de Género: Envolvimento dos homens nas discussões e reflexões sobre as desigualdades de género, pensar sobre como as mulheres têm sido muitas vezes colocadas em desvantagem e como se tem muitas vezes esperado que elas se responsabilizem pelos cuidados com os filhos, com as questões de saúde reprodutiva e sexual, bem como com as tarefas domésticas. Equidade de género significa justiça e justiça na distribuição dos benefícios e responsabilidades entre homens e mulheres ³ – isto é, o processo de ser justo com homens e mulheres. O trabalho com homens, visando maior equidade de género, ajuda a alcançar a igualdade de género, o que significa homens e mulheres gozando do mesmo status e com as mesmas oportunidades para a realização dos seus direitos humanos e contribuir para o benefício de todas as esferas da sociedade (económica, política, social e cultural). Assim, equidade de género conduz à igualdade de género. Por exemplo, uma política de acção afirmativa que promove o aumento de apoio a empresas cujas proprietárias são mulheres, podem ser consideradas políticas de equidade de género, porque conduzem à busca de garantia de direitos iguais entre homens e mulheres.

2) Especificidade de Género: Olhar para as necessidades específicas que os homens têm em termos da sua saúde e desenvolvimento, com base na forma como são socializados. Isso significa, por exemplo, envolver os homens em discussões sobre o uso de substâncias ou de comportamentos de risco e ajudá-los a entender a razão de poderem sentir-se pressionados a comportar-se dessa maneira.

Este manual tenta incorporar essas duas perspectivas.⁴

Homens e HIV/SIDA

Em todo o mundo, o comportamento de muitos homens e rapazes, coloca-os a si próprios e às suas parceiras, em risco de contrair o HIV. Em média, os homens têm mais parceiros sexuais do que as mulheres. O HIV é mais facilmente transmitido de homens para mulheres do que o inverso. Um homem infectado com o vírus HIV tem maiores probabilidades de infectar mais pessoas do que uma mulher HIV-positiva. O envolvimento de homens na prevenção do HIV, de forma abrangente, representa um enorme potencial de reduzir o risco de contracção do HIV pelas mulheres.

Em diversas partes do mundo, são os jovens e os homens adultos que, de um modo geral, controlam quando e em que circunstâncias o sexo irá ocorrer e se será ou não usado algum método anticonceptivo. Para muitos homens no mundo, a experiência sexual é frequentemente associada à iniciação da vida adulta.⁵

³ World Health Organization. 2001. Transforming health systems: Gender and rights in reproductive health. Geneva, Switzerland.

⁴ Neste manual, por motivo de resumo, estaremos nos referindo a meninos, rapazes e homens adultos quando utilizarmos a palavra homem.

⁵ Wight, D., et al. 2005. Contradictory sexual norms and expectations for young people in rural Northern Tanzania. *Social Science & Medicine* 62: 987–997.

Os homens podem sofrer pressão dos seus convivas para serem sexualmente activos e terem múltiplos parceiros, de modo a provarem a sua virilidade, o que aumenta o seu risco de exposição ao HIV. Dados recentes indicam que as novas infecções por HIV que ocorrem em países de alta prevalência, resultam de relações sexuais com parceiros concorrentes ou concomitantes.⁶ Pesquisas têm mostrado que rapazes que decidem abster-se sexualmente, podem ser ridicularizados pelos seus pares.^{7,8} Em muitos casos, baixos níveis de uso consistente de preservativos entre homens sexualmente activos são associados a vários factores como pouca percepção de risco pessoal, falta ou acesso limitado aos preservativos, crença de que o sexo sem protecção dá mais prazer e que a gravidez é uma prova de masculinidade e fertilidade.

É também importante abordar o uso da violência e coerção por parte dos homens nas relações sexuais associadas às normas de género e comportamentos de risco. Pesquisas referem que alguns homens consideram o uso da violência contra as mulheres como uma extensão da autoridade masculina, no âmbito privado, e um meio aceitável de controlar ou disciplinar, particularmente numa relação de casamento de longa duração.^{9,10} Além disso, pesquisas mostram também que muitos homens têm uma visão bastante imitada sobre o que pode ser definido como “sexo forçado”. Ou seja, podem achar que apenas o acto sexual sob coacção seria categorizado como sexo forçado e que é aceitável usar violência física ou presentes para “persuadir” as parceiras a fazerem sexo.¹¹ Todas as formas de violência ou coerção, porém, reforçam dinâmicas de desigualdade de forças nos relacionamentos e limitam a probabilidade de um casal negociar comportamentos preventivos, como abstinência ou uso do preservativo.

Em muitos cenários, apenas um número reduzido de homens procuram participar em assuntos de HIV (aconselhamento e testagem voluntária, tratamento anti-retroviral ou prevenção de transmissão da mãe para o filho). Isto decorre de uma variedade de razões, das quais se inclui o acesso limitado aos serviços de saúde e à percepção comum entre os homens, segundo a qual as clínicas são lugares para “mulheres” e que “homens de verdade” não ficam doentes ou não participam em cuidados de saúde. As normas de género, por seu turno, colocam sobre as mulheres, de forma desproporcional, o ônus de cuidar de assuntos relativos ao HIV e SIDA. Os homens, geralmente, não participam de forma tão profunda como as mulheres no cuidado das crianças/filhos ou dos familiares com SIDA. Uma análise de estudos efectuados em todo o mundo dá conta de que os pais contribuem cerca de um terço do tempo que as mães gastam a cuidar dos filhos.¹² Estudos efectuados na República Dominicana e no México constataram que mulheres casadas com HIV muitas vezes retornam à casa dos seus pais, por ser pouco provável receberem cuidados adequados dos seus maridos.¹³

Os homens e a saúde reprodutiva

⁶ Hayes, R. and H. Weiss. 2006. Understanding HIV epidemic trends in Africa. *Science* Feb3:311(5761):620-17.

⁷ Ijumba, A., et al. 2006. Developing community-based behavior change communications (BCC) interventions for youth: A participatory assessment in Iringa region, Tanzania. Arlington, VA: Family Health International.

⁸ Wight, D., et al. 2005. Contradictory sexual norms and expectations for young people in rural Northern Tanzania. *Social Science & Medicine* 62:987-97.

⁹ Heidi, L., et al. 2004. Exploring the association between HIV and violence: Young people's experiences with infidelity, violence and forced sex in Dar es Salaam, Tanzania. *International Family Planning Perspectives* 30(4):200-206.

¹⁰ Barker, G. and Ricardo, C. 2005. Young men and the construction of masculinity in Sub-Saharan Africa: Implications for HIV/AIDS, conflict and violence. Washington, DC: World Bank.

¹¹ Heidi, L., et al. 2004. Exploring the association between HIV and violence: Young people's experiences with infidelity, violence, and forced sex in Dar es Salaam, Tanzania. *International Family Planning Perspectives* 30(4):200-206.

¹² Bruce, J., et al. 1995. *Families in focus: New perspectives on mothers, fathers and children*. New York: Population Council.

¹³ Rivers, K. & Aggleton, P. 1998. *Men and the HIV epidemic, gender and the HIV epidemic*. New York: UNDP HIV and Development Program.

Na socialização dos homens, a reprodução não é tão importante como a sexualidade. Um bom exemplo é a importância ligada à menarca, a primeira menstruação, versus a semenarca – a primeira ejaculação masculina. De modo geral, há uma falta de comunicação entre as mães e as filhas sobre a transformação do corpo das meninas e da sua fertilidade. O silêncio, portanto, costuma ser ainda maior entre os pais e seus filhos, quando se trata da semenarca. Alguns estudos demonstram que os jovens rapazes reagem à experiência da semenarca com surpresa, confusão, curiosidade e prazer. Alguns deles não sabem o que é o líquido seminal e pensam que é urina. É importante, portanto, que os homens jovens recebam orientação durante a puberdade para que se sintam mais seguros ao lidar com as mudanças do seu corpo e para que entendam que o seu corpo é reprodutivo. Mesmo após a semenarca, a maior parte dos homens jovens e adultos lida com a sua sexualidade como se a fertilidade não existisse. Em muitos contextos, a contracepção é considerada “assunto de mulher” e embora os preservativos sejam, de modo geral, a melhor escolha de contraceptivos masculinos, pois servem tanto para prevenir as DSTs como anticonceptivo, muitos homens sentem-se inseguros ao usar um preservativo, com receio de perder a ereção. Com a crescente consciencialização sobre o HIV/SIDA, o uso de preservativos masculinos tem aumentado em diferentes contextos, porém, continua inconsistente. O preservativo feminino, outra opção para a prevenção do HIV e da gravidez, também foi introduzido em diferentes ambientes, até um certo ponto e foi testado e adoptado em vários países.

Cada vez mais os educadores da saúde têm-se concentrado na protecção dupla, ou seja, enfatizando o facto de que o preservativo é adequado para se evitar a gravidez não planeada, bem como as DSTs. Além disso, os programas de educação sexual têm também prestado atenção para a importância de promover o uso de preservativo nos jogos sexuais, como parte das preliminares e geralmente apresentam o preservativo como um estímulo erótico e de sedução na relação sexual. Enquanto a discussão franca e aberta sobre o uso de preservativos tem sofrido resistência em alguns países, o seu uso crescente tem sido um dos principais factores de sucesso em países que conseguiram reduzir as taxas de transmissão do HIV. Finalmente, a promoção cada vez maior do uso de anticonceptivos pelos homens é necessária, mas não suficiente. Ademais, ou como uma forma de se envolver mais no uso de anticonceptivo, os homens devem ser sensibilizados quanto ao seu papel como indivíduos procriadores ou reprodutores, que, junto com a parceira, devem decidir quando, se e como ter filhos.

Partindo para a Acção: O Modelo Ecológico

Este manual destaca a importância de unir as actividades educacionais à acção. Ele introduz o Modelo Ecológico.¹⁴

¹⁴ Adaptado do trabalho do Instituto de Prevenção, Oakland, CA, USA focado na prevenção de violência, incluindo violência de género.

O Modelo Ecológico

Introdução ao Modelo Ecológico

O Modelo Ecológico oferece uma estrutura conceptual para uma abordagem mais abrangente para o trabalho com homens. O modelo enfatiza que, para mudar o comportamento individual, os programas precisam não apenas trabalhar com indivíduos, mas também abordar os sistemas e grupos – pares, famílias, comunidades, mídia, políticas – que influenciam os indivíduos. Este modelo encoraja grupos de género misto e de homens a pensar sobre:

- Mudanças necessárias em todos os sectores da sociedade;
- Diferentes estratégias nos diferentes níveis de acção que são necessárias para que ocorram tais mudanças;
- Função dos diferentes actores sociais em tais mudanças.

O Modelo Ecológico destaca os diferentes níveis de acção necessários para que sejam feitas mudanças nas esferas da saúde reprodutiva e sexual, da igualdade de género e da violência. Os níveis são os seguintes:

Os Níveis do Modelo Ecológico¹⁵

1. Fortalecimento dos Conhecimentos e das Habilidades Individuais

Ajudar os homens a entender como o género e as normas sociais podem pôr em risco as suas parceiras, a sua família e a si próprios, ensinando-os a promover comportamentos alternativos mais saudáveis.

2. Criação de Estruturas de Apoio aos Pares e à Família

Orientar pares e membros da família sobre os riscos à saúde e formas de apoio a indivíduos na realização de acções que promovam saúde e segurança.

3. Orientação de Profissionais da Saúde

Informar e orientar educadores sobre o envolvimento masculino, para que possam transmitir conhecimentos para outros. Os educadores podem encorajar e apoiar homens a buscar assistência médica e ajudar as suas parceiras a ter acesso a informações e serviços de saúde.

4. Mobilização dos Membros da Sociedade

Orientar os membros e grupos da comunidade sobre os riscos para a saúde e sobre formas de auxiliar indivíduos a realizar acções que promovam a saúde e a segurança. Os programas também podem mobilizar grupos e indivíduos para desenvolverem estratégias coerentes para a promoção do envolvimento masculino.

5. Mudanças das Práticas Organizacionais

Adoptar políticas, procedimentos e práticas organizacionais que apoiem os esforços voltados para o aumento do envolvimento masculino.

¹⁵ Adaptado do trabalho relacionado ao engajamento masculino em questões de saúde sexual e reprodutiva, prevenção de HIV, cuidado ou apoio e prevenção de violência.

6. Influência sobre a Legislação Política ao Nível Societal

Desenvolver estratégias para mudar leis e políticas para exercer influência sobre resultados.

Trabalhando em Todos os Níveis

Ao utilizar o Modelo Ecológico, é importante prestar atenção aos elos entre os diferentes níveis. Ou seja, nenhum nível deve ser considerado independente dos outros. Assim, fica claro que o trabalho de políticas afecta e é afectado pela orientação da comunidade. Esse aspecto, por sua vez, afecta e tem impacto nas formas como os indivíduos, em uma dada sociedade, encaram uma questão específica.

Informação a ser registada

Para cada nível, o modelo pode ajudar os participantes a identificarem:

- QUAIS acções realizar
- QUEM deve realizar tais acções
- COMO o sucesso desta acção deveria ser avaliada? Esta última coluna é usada para se manter um registo das sugestões dadas pelo grupo dos indicadores de sucesso. Tais indicadores respondem à seguinte pergunta: Como saberemos se as acções são bem-sucedidas?

Se você deseja utilizar o Modelo Ecológico no planeamento de acções, crie a tabela abaixo, num cavalete flipchart (veja o exemplo abaixo) ou numa folha de papel, para passar para os participantes. Lembre-se de que provavelmente será necessária mais de uma folha para distribuir durante a formação. Se uma actividade em especial contribui para que os participantes pensem em novas maneiras de envolver mais os homens no trabalho que fazem, peça-lhes que utilizem o Modelo Ecológico para registar essas ideias no papel. Eles podem escrever as ideias na tabela, de acordo com os diferentes níveis do Modelo Ecológico. Isso será útil para eles depois do treinamento, quando forem desenvolver os seus planos de acção.

Exemplo: O Modelo Ecológico

	QUAIS? Acção	QUEM? Pessoa ou organização
1. Fortalecimento dos Conhecimentos e das Habilidades Individuais		
2. Criação de Estruturas de Apoio dos Pares e da Família		
3. Orientação de Profissionais da Saúde		
4. Mobilização dos Membros da Comunidade		

	QUAIS? Acção	QUEM? Pessoa ou organização
5. Mudança das Práticas Organizacionais		
6. Influência sobre a Legislação das Políticas no Nível Societal		

Princípios Norteadores

A EngenderHealth é uma organização internacional de saúde reprodutiva com base na cidade de Nova Iorque. Por meio do seu Programa Men as Partners (MAP) [Homens como Parceiros (HCP)], essa organização tem integrado abordagens de envolvimento masculino e trabalhado com o envolvimento de homens, desde 1996. Por meio do seu trabalho inovador, esse programa trabalha com homens para que desempenhem papéis construtivos na promoção da igualdade de género e da saúde em suas famílias e comunidades. A EngenderHealth trabalha com indivíduos, comunidades, profissionais da saúde e sistemas de saúde nacionais para aprimorar a consciencialização de homens e seu apoio nas escolhas das suas parceiras relativas à sua saúde reprodutiva; aumentar o acesso dos homens aos serviços abrangentes de saúde reprodutiva e mobilizar homens de forma a posicionarem-se activamente em relação à igualdade de género e contra a violência, com base no género. Até ao momento, a EngenderHealth já desenvolveu programas de HCP em mais de 15 países em África, na Ásia, na América Latina e nos Estados Unidos.

A Promundo é uma organização não-governamental (ONG) brasileira com base no Rio de Janeiro. Desde 2000, a Promundo lidera uma rede global de ONGs e de parceiros da Organização das Nações Unidas para desenvolver, testar, implementar e avaliar um conjunto de intervenções que promovam a igualdade de género – primeiro com o foco em homens jovens (Programa H – H para hombres e homens, as palavras em espanhol e português) e posteriormente incorporando o trabalho com mulheres jovens e adultas (Programa M – M para mujeres e mulheres, as palavras em espanhol e português).

A iniciativa do Programa H, que consiste em actividades educacionais de grupo para envolver homens jovens e adultos na igualdade de género, em campanhas comunitárias, treinamento de equipas e num modelo avaliativo de impacto, actualmente, está a ser implementado em mais de 20 países da América Latina, da Ásia e da África Subsaariana.

O trabalho da Promundo e da EngenderHealth com homens reconhece que os actuais papéis de género muitas vezes dão ao homem a capacidade de influenciar e determinar as escolhas da mulher relativas a sua saúde reprodutiva. Os actuais papéis de género também comprometem a saúde dos homens, ao encorajá-los a assumir vários comportamentos arriscados, ligados ao conceito do que é ser “macho”, ou “homem de verdade”, e ao mesmo tempo os encoraja a ver como um sinal de fraqueza o comportamento que busca cuidados com a saúde.

Entretanto, nós temos uma abordagem positiva ao trabalhar com homens, porque acreditamos que eles fazem um investimento pessoal ao desafiar a ordem actual. Além disso, acreditamos que eles podem ser aliados na melhoria da sua própria condição de saúde e da saúde das mulheres e crianças que, muitas vezes, ficam em posição de risco devido a esses papéis de género. Reconhecemos que os homens, mesmo aqueles que são, por vezes, violentos ou não demonstram respeito para com as suas parceiras, têm o potencial de se tornarem parceiros respeitosos e cuidadosos, de negociar na relação com diálogo e respeito, de partilhar as responsabilidades pela saúde reprodutiva, o cuidado e a prevenção do HIV de interagir, viver em paz e coexistência ao invés da violência.

Sobre o Manual

Guia para Participantes do Treinamento

A quem se destina este manual?

Este é um manual para ajudar os participantes a desenvolver actividades ao nível da comunidade para criar um ambiente de suporte ao trabalho relativo ao envolvimento masculino e HIV e SIDA. Adicionalmente, a Secção 3 do manual centra-se na mobilização de membros da comunidade no sentido de envolver os homens contra o HIV.

As actividades são para uso pelos colaboradores de programas de diferentes organizações interessadas no trabalho sobre envolvimento masculino e HIV. Todas as actividades inserido-as no manual podem ser usadas com grupos de homens e mulheres.

Como este manual foi desenvolvido?

Este manual é uma compilação de uma série de actividades que a Promundo e a EngenderHealth utilizaram em vários lugares “comunitários” do mundo, incluindo Brasil, Botswana, Ghana, Índia, Quênia, África do Sul, Swazilândia, Tanzânia e Uganda.

Como este manual deve ser utilizado?

Antes de proceder à formação dos outros, é importante que o facilitador e/ou formador lia o manual inteiro para perceber como este está organizado e o seu conteúdo.

O manual contém as seguintes secções:

A Secção I do manual fornece actividades introdutórias para estabelecer uma estrutura para a abordagem do envolvimento masculino em HIV e SIDA.

A Secção II do manual oferece uma variedade de actividades de envolvimento masculino que as organizações e indivíduos podem utilizar para criar um ambiente favorável ao trabalho de envolvimento masculino. Esta secção está dividida em três capítulos, centrados nos seguintes assuntos:

- 1. Actividades introdutórias:** Exercícios para ajudar grupos a adquirir um entendimento sobre as normas de género masculino e a sua relação com o HIV, SIDA e a violência baseada no género.
- 2. Envolvimento:** Actividades para ajudar os grupos a envolver comunidades no combate pela equidade de género, a qual está ligada à redução em HIV, SIDA e violência baseada no género.
- 3. Equipas de Acção Comunitária:** Actividades para ajudar organizações e indivíduos a instituir equipas de acção comunitária (EACs) para facilitar actividades de envolvimento masculino.

Este manual está escrito em Português simples de modo a poder ser usado por uma grande variedade de pessoas.

Que informação está incluída para cada actividade?

O manual apresenta informação para cada actividade num formato padronizado. Isto inclui informação sobre:

- **Objectivos** da actividade
- **Tempo** requerido para a actividade
- **Materiais** necessários para a actividade
- **Preparação Prévia** necessária para a actividade
- **Notas do Facilitador** sobre o processo da actividade
- **Passos** para a realização da actividade
- **Folhas de apoio** para uso durante a actividade
- **Folhas de Recurso** para ajudar o facilitador
- **Actividades Opcionais** para a actividade

Cada elemento deste formato padronizado é discutido com mais detalhe a seguir:

Objectivos

Descrevem o que os participantes devem esperar aprender com a actividade. É uma boa ideia começar cada actividade pelo esboço dos seus objectivos de aprendizagem, de modo a que os participantes percebam por que razões estão a realizar a actividade e o que podem esperar receber como aprendizagem. A menos que especificado nas instruções, a partilha de objectivos de aprendizagem com os participantes, também ajuda na revisão das actividades no final de cada dia, o que o ajuda a si (facilitador/formador) a verificar se a formação está tendo progresso em termos do que os participantes estão a aprender.

Tempo

É o tempo que cada actividade deve gastar, baseado em experiência passada, embora o tempo possa variar, dependendo do número de participantes e outros factores. As actividades dentro do manual estão desenhadas para 45 minutos a duas horas por sessão. É muito importante trabalhar no ritmo dos participantes. Em geral, as sessões não devem durar mais de duas horas. É também importante lembrar que qualquer ordem do dia para a formação é habitualmente completa. Levar muito tempo com uma actividade pode significar a falta de tempo para as outras actividades. Tente manter o tempo sugerido.

Materiais

Estes são os materiais que você irá precisar para cada actividade, os quais deve preparar antes do início da formação. Eles consistem geralmente de itens básicos, como papel flipchart e marcadores. Se os materiais não puderem ser facilmente conseguidos, sinta-se livre para improvisar. Por exemplo, os flipcharts e marcadores podem ser substituídos por quadros e giz.

Preparação Prévia

Estas são as preparações que precisam ser feitas antes do início das actividades.

Notas do Facilitador

Estas notas irão ajudá-lo a melhor facilitar a actividade. Elas apontam para aspectos importantes do processo, bem como informação de base e dicas para ajudá-lo a preparar-se para a formação.

Passos

Estes são os passos que deve seguir para realizar a actividade de forma efectiva. As instruções estão numeradas e devem ser seguidas pela ordem em que se apresentam. Na maior parte, as actividades podem ser facilmente adaptadas para grupos com diferentes níveis de leitura e escrita, mas esteja atento para verificar se as actividades são factíveis e apropriadas. Por exemplo, se a actividade chama para a leitura do texto pelos participantes, você pode ler o texto em voz alta, se necessário.

Os passos podem incluir perguntas para guiar a discussão na actividade tópica. Sinta-se à vontade para fazer acréscimos, reformular as questões para ajustá-las ao contexto local. Não é necessário que o grupo discuta todas as questões sugeridas ou que você siga estritamente à ordem pela qual elas são listadas. Pelo contrário, concentre-se em encorajar que o maior número possível de participantes expresse as suas opiniões. É importante ser paciente, uma vez que alguns participantes podem ser tímidos ou podem não sentir-se confortáveis em discutir estes assuntos uns com os outros. Nunca force alguém a falar.

Folhas de Apoio

Algumas actividades incluem prospectos, que são distribuídos aos participantes para levá-los consigo ou para revisão conjunta no final da actividade. Os prospectos incluem informação para os participantes levarem consigo ou para você rever com eles. Se possível, faça cópias suficientes para todos os participantes. Outra opção é escrever a informação nas folhas ou num flipchart para os participantes usarem como referência durante a actividade.

Folhas de Recurso

Esta é uma informação adicional para o facilitador rever durante a preparação da actividade. Nem todas as actividades têm folha de recurso.

Actividades Opcionais

Estas são ideias adicionais de como conduzir a actividade. Nem todas as actividades têm opções do instrutor.

Amostra de Agendas (Ordem do dia)

A seguir se apresentam amostras de agendas de formação baseadas no número de dias de que você poderá dispor ou o número de sessões que você deseja cobrir com os participantes. (O manual está desenhado de tal forma que você pode retirar as partes que você irá usar com os participantes). Você deve seleccionar as sessões com base nas necessidades do seu programa e o nível de conhecimentos dos seus participantes em relação às diferentes áreas dos tópicos. Por exemplo, se os seus participantes forem bem versados sobre campanhas, mas precisam de mais conhecimento e habilidades relativas à construção de Equipas de Acção Comunitária, você pode retirar as outras sessões e adicionar mais actividades relativas à formação de Equipas de Acção Comunitária na sua agenda de formação. É também possível que você queira apenas usar as actividades do capítulo três nas EACs se este for o seu foco. E o inverso é também verdadeiro. Você pode decidir não usar qualquer actividade nas EACs se você não estiver envolvido nem planeando desenvolver alguma EAC.

Como foi referido anteriormente, dependendo do seu contexto programático e da disponibilidade de tempo dos participantes e facilitadores, estas sessões podem ser realizadas durante vários dias seguidos, ou intercaladas. Se elas foram intercaladas, é importante que não haja muito espaço de tempo entre elas. Se esse for o caso, o ideal é ter uma sessão por semana.

TRÊS DIAS DE FORMAÇÃO

DIA 1: Introdução e Assuntos de Género

8:30 – 9:00	Boas Vindas e Apresentações
9:00 – 9:30	Revisão da Agenda e dos Objectivos da Formação
9:30 – 10:15	Aprendendo Sobre Género
10:15 – 10:30	INTERVALO
10:30 – 12:00	Aja como Homem
12:00 – 13:00	Porquê Trabalhar com Homens, HIV e SIDA?
13:00 – 14:00	ALMOÇO
14:00 – 14:30	Os Homens Estão Interessado em Mudar?
14:30 – 15:30	O Que Significa Engajamento Comunitário para Si?
15:30 – 15:45	INTERVALO
15:45 – 16:15	O Que Significa Engajamento Comunitário para Si? (continuado)
16:15 – 16:30	Encerramento

DIA 2: Construir Alianças/Campanhas

8:30 – 8:45	Motivação
8:45 – 10:00	Construindo Alianças
10:00 – 10:15	INTERVALO
10:15 – 11:45	Lidando com a Oposição
11:45 – 13:00	Identificando Actividades de Envolvimento Comunitário
13:00 – 14:00	ALMOÇO
14:00 – 15:30	Campanhas de Média e Marketing Social
15:30 – 15:45	INTERVALO
15:45 – 16:45	Apresentação de Campanhas de Média
16:45 – 17:00	Encerramento

DIA 3: EACs/Plano de Acção

8:30 – 8:45	Motivação
8:45 – 10:00	Equipas de Acção Comunitária (EACs)
10:00 – 10:15	INTERVALO
10:15 – 11:30	Acção de EACs e o Modelo Ecológico
11:30 – 13:00	Desenvolvendo um Plano de Acção de EAC
13:00 – 14:00	ALMOÇO
14:00 – 15:00	Apresentações
15:30 – 15:30	Avaliação e Encerramento

QUATRO DIAS DE FORMAÇÃO

DIA 1: Introdução e Assuntos de Género

8:30 – 9:00	Boas Vindas e Apresentação
9:00 – 9:30	Revisão da Agenda e dos Objectivos da Formação
9:30 – 10:15	Aprendendo Sobre Género
10:15 – 10:30	INTERVALO
10:30 – 12:00	Aja como Homem
12:00 – 13:00	Porquê Trabalhar com Homens, HIV e SIDA?
13:00 – 14:00	ALMOÇO
14:00 – 14:30	Os Homens Estão Interessado em Mudar?
14:30 – 15:30	O Que Significa Engajamento Comunitário para Si?
15:30 – 15:45	INTERVALO
15:45 – 16:15	O Que Significa Engajamento Comunitário para Si? (continuado)
16:15 – 16:30	Encerramento

DIA 2: Construir Alianças/Campanhas

8:30 – 8:45	Motivação
8:45 – 10:00	Construindo Alianças
10:00 – 10:15	INTERVALO
10:15 – 11:45	Lidando com a Oposição
11:45 – 12:00	Identificação de Actividades de Envolvimento Comunitário
12:00 – 13:00	ALMOÇO
13:00 – 14:00	Campanhas de Média e Marketing Social
14:00 – 15:00	INTERVALO
15:00 – 15:15	Mesas Redondas
15:15 – 16:30	Encerramento

DIA 3: Actividades de Envolvimento Comunitário/AECs

8:30 – 8:45	Motivação
8:45 – 10:15	Feiras de Saúde sobre Género e HIV/Discussões em Grupo
10:15 – 10:30	INTERVALO
10:30 – 11:00	Outras Estratégias (Artistas Visuais; Praticantes de Teatro)
11:00 – 12:30	Visitas Porta-a-Porta
12:45 – 13:45	ALMOÇO
13:45 – 14:45	Equipas de Acção Comunitária (EACs)
14:45 – 15:00	INTERVALO
15:00 – 16:15	Acção de EAC e o Modelo Ecológico
16:15 – 16:30	Encerramento

DIA 4: EACs/Plano de Acção

8:30 – 8:45	Motivação
8:45 – 10:00	Mantendo Envolvimento Voluntário
10:00 – 10:15	INTERVALO
10:15 – 12:15	Desenvolvendo um Plano de Acção de EAC
12:15 – 13:30	Apresentações
13:30 – 14:00	Avaliação e Encerramento

1. Actividades Introdutórias

1.1 Analisando as Nossas Atitudes

Objectivos

1. Explorar atitudes sobre diferenças de género

Tempo

45 Minutos

Materiais

- Quatro sinais (“Concordo Fortemente”, “Discordo Fortemente”, “Concordo” e “Discordo”)
- Marcadores
- Gravador
- Fita adesiva

Preparação Prévia

Antes do início da actividade, ponha os quatro sinais à volta da sala. Deixe espaço suficiente entre os sinais para permitir que grupos de participantes possam ficar perto de cada um. Reveja as afirmações fornecidas abaixo. Escolha cinco ou seis que você acha que irão ajudar mais a discussão.

Afirmações

- É mais fácil ser homem do que ser mulher.
- Mulheres fazem-se melhores progenitores que os homens.
- Planeamento familiar é responsabilidade das mulheres.
- Um homem é mais “homem” se tiver muitas parceiras sexuais.
- Sexo é mais importante para os homens que para as mulheres.
- É correcto um homem ter relações sexuais fora do seu relacionamento se a sua parceira não tiver conhecimento disso.
- Uma mulher que leve um preservativo na sua carteira é “fácil”.
- Homens são mais inteligentes que as mulheres.
- Mulheres que vestem roupas sensuais estão a pedir para serem estropadas.
- A homossexualidade é natural e normal.
- Usar preservativo significa que um dos parceiros tem sido infiel.

Notas do Facilitador

Se todos os participantes concordarem sobre uma das frases, seja o “advogado do diabo”. Vá para o lado oposto da sala e pergunte “por que alguém escolheria este outro lado da sala? (ex. Que valores essa pessoa teria que a levariam a escolher esta opção?)”.

Alguns participantes podem dizer que não sabem se concordam ou discordam e não escolher nenhum dos cartazes. Se isso acontecer, peça ao participante que fale mais sobre as suas reacções à frase em questão. Depois estimule-o a escolher um cartaz para se posicionar ao lado dele. Se, ainda assim, ele não souber, deixe-o permanecer no meio da sala como grupo “não sei”.

Passos

1. Explique aos participantes que esta actividade foi elaborada para lhes dar uma compreensão geral das suas próprias atitudes e valores, bem como dos outros colegas, em relação a género. Foi elaborada também para desafiar suas ideias actuais sobre questões de género e para ajudá-los a esclarecer certas questões. Lembre-os de que todos têm direito a ter sua opinião e a opinião de todos deve ser respeitada.
2. Leia em voz alta a primeira frase que você escolheu. Peça aos participantes que se aproximem do cartaz que diz o que eles pensam sobre a frase dita. Depois de eles terem -se dirigido ao ponto escolhido, peça que um ou dois participantes expliquem a razão de terem escolhido aquele cartaz. Peça que eles digam porque se sentem assim em relação à frase lida.
3. Depois de alguns participantes terem falado sobre as suas atitudes em relação à frase, pergunte se alguém quer mudar de ideia e dirigir-se para outro cartaz. Depois reúna-os a todos no meio da sala e leia a frase seguinte.
4. Repita os passos 2 e 3. Continue o mesmo procedimento para cada frase escolhida.
5. Depois de ler todas as frases, inicie uma discussão fazendo as perguntas abaixo:
 - ▶ Em relação a que frases, se houver alguma, vocês tinham opiniões já formadas ou sentimentos mais fortes? Por quê?
 - ▶ Como vocês se sentiram ao falar sobre uma opinião que divergia de outros participantes?
 - ▶ Como vocês acham que as atitudes das pessoas sobre uma mesma frase podem afectar a forma como lidam com homens e mulheres nas suas vidas?
 - ▶ Como vocês acham que as atitudes das pessoas sobre as frases ajudam ou atrapalham a promoção da igualdade de género, a redução da violência contra mulheres ou a redução da disseminação do HIV/SIDA?
6. Encerre a actividade lembrando os participantes sobre a importância de se pensar sobre as suas próprias atitudes em relação género. Estimule as pessoas para continuarem desafiando seus próprios valores e crenças sobre género durante a oficina e mesmo depois.

1.2 Aprendendo Sobre Género

Objectivos

1. Entender a diferença entre os termos “sexo” e “género”;
2. Entender as diferenças entre os termos equidade de género e igualdade de género

Tempo

45 Minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Gravador
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 1: [O Jogo do Género](#) para todos os participantes
- Folha de Recurso 1: [Respostas ao Jogo do Género](#)

Passos

1. Explique que antes de começar a trabalhar no desenvolvimento de estratégias para atingir a comunidade, é importante que todos os participantes estejam claros sobre as questões chave que serão abordadas nas actividades. Por isso, a actividade irá centra-se sobre o género.
2. Pergunte aos participantes se eles podem explicar a diferença entre os termos “sexo” e “género.” Após receber retorno do grupo, esclareça os pontos, fornecendo-lhes as seguintes definições:
 - **Sexo** refere-se a atributos fisiológicos que identificam uma pessoa como feminina ou masculina;
 - **Género** refere-se às ideias e expectativas amplamente compartilhadas que dizem respeito aos homens e às mulheres. Dentre elas, ideias sobre características e capacidades tipicamente femininas ou masculinas e expectativas compartilhadas sobre como mulheres e homens devem comportar-se em diferentes situações.
3. Distribua a folha de apoio e peça aos participantes que indiquem se as declarações referem-se a sexo ou a género. Após oferecer-lhes a chance de lerem e responderem sozinhos, discuta cada resposta com o grupo todo.
4. Explique que há vários termos relacionados à palavra “género” que também precisam ser explicados. Pergunte aos participantes se eles conhecem o termo “igualdade de género.” Pergunte-lhes o que eles acham que isso significa. Separe tempo suficiente para a discussão.

5. Depois de ouvi-los, dê-lhes a definição seguinte:
 - **Igualdade de género** significa que homens e mulheres gozam do mesmo status. Ambos compartilham as mesmas oportunidades para realizarem os seus direitos e potenciais humanos para contribuir com todas as esferas da sociedade (económica, política, social e cultural) e se beneficiar delas.
6. Pergunte ao grupo se a definição faz sentido. Dê-lhes a oportunidade de fazerem perguntas.
7. Peça ao grupo para discutir se igualdade de género de facto existe no seu país. À medida que o grupo discute, tome nota de declarações que expliquem porque as mulheres não compartilham do mesmo status dos homens em todas as esferas da sociedade. Não deixe de incluir alguns dos pontos abaixo, caso eles não sejam mencionados pelo grupo:
 - As mulheres, em muitos países, têm mais probabilidade de sofrer violência sexual e doméstica do que os homens.
 - Os homens costumam receber melhores salários que as mulheres para realizarem o mesmo trabalho (na maioria dos casos).
 - Há mais homens em posição de poder no sector empresarial.
 - As mulheres são as que mais sofrem com a epidemia da SIDA, tanto em termos de número total de infectados como na assistência e no apoio a pessoas que vivem com HIV.
8. Pergunte ao grupo se já ouviu falar de “equidade de género.” Pergunte-lhes o que pensam que seja e como se diferencia do termo “igualdade de género”. Dê bastante tempo para discussão. Depois de ter o retorno deles, dê-lhes a seguinte definição:
 - **Equidade de género** é o processo de ser justo para homens e mulheres. Equidade de género leva a igualdade de género. Por exemplo, uma política de acção afirmativa que promove maior apoio a empresas que pertencem a mulheres podem ser políticas de equidade de género porque promovem a garantia de direitos iguais entre homens e mulheres.
9. Após esclarecer as definições de igualdade de género e equidade de género, apresente-lhes as seguintes perguntas:
 - ▶ Por que os homens devem trabalhar para alcançarem igualdade de género?
 - ▶ Que benefício a igualdade de género pode trazer à vida dos homens?
10. Peça ao grupo que identifique acções que promovem a equidade de género que os homens podem realizar para ajudar a promover a igualdade de género.

Folha de Apoio 1:

O Jogo do Género

O Jogo do Género:

Identifique se a indicação se refere ao género ou ao sexo.

Género	Sexo	
		1. Mulheres dão à luz bebés, homens não.
		2. Meninas devem ser delicadas, meninos devem ser durões.
		3. Em todo o mundo, as mulheres jovens e adultas são quem assume o cuidado daqueles com doenças relacionadas à SIDA em mais de dois terços das famílias.
		4. Mulheres podem amamentar bebés, homens podem alimentá-los através do biberão.
		5. Muitas mulheres não tomam decisões com liberdade, especialmente as que dizem respeito à sexualidade e as relações do casal.
		6. A voz dos homens muda com a puberdade, a das mulheres não.
		7. Quatro quintos de todos os usuários de drogas injectáveis do mundo são homens.
		8. As mulheres recebem menos que os homens para realizarem o mesmo trabalho.

Folha de Recurso 1: **Respostas ao Jogo do Género**

1. Sexo
2. Género
3. Género
4. Sexo
5. Género
6. Sexo
7. Género
8. Género

1.3 Aja Como Homem

Objectivos

1. Identificar as diferenças entre como se espera que homens e mulheres se comportem
2. Compreender como estas diferenças de género afectam as vidas dos homens e das mulheres

Tempo

60 a 90 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Gravador
- Folha de Recurso 2: Exemplos de Tabelas para a Actividade "Aja como Homem"

Notas do Facilitador

Esta actividade é uma boa forma de entender a ideia de normas de género. Mas lembre-se que essas normas de género também podem ser afectadas por classe, raça, etnia e outras diferenças.

Também vale lembrar que as normas de género estão a mudar em muitos países. Em alguns lugares, homens e mulheres estão a ter mais facilidade de se enquadrar fora do paradigmas de comportamento. Se houver tempo, discuta com o grupo os factores que facilitam a mudança de comportamento por parte de homens e mulheres de modo a saírem do paradigma.

Passos

1. Pergunte aos participantes do sexo masculino, se alguma vez na vida alguém já lhes disse para "agir como um homem". Peça-lhes para partilhar experiências de alguém lhes dizendo essa frase ou algo semelhante. Pergunte: Por que você acha que isso lhe foi dito? Como você se sentiu ao ouvir isso?
2. Em seguida, pergunte às participantes do sexo feminino se alguma vez na vida alguém já lhes disse para "agir como uma mulher". Peça-lhes para partilhar experiências de alguém lhes dizendo essa frase ou algo semelhante. Pergunte: Por que você acha que isso lhe foi dito? Como você se sentiu ao ouvir isso?
3. Diga aos participantes que você gostaria de analisar essas duas frases com mais profundidade. Explique que ao reflectir sobre essas frases, podemos começar a entender como a sociedade cria regras bem diferenciadas para o comportamento que se espera dos homens e aquele que se esperam das mulheres. Explique que essas regras também são chamadas de "normas de género". Isso porque elas ditam o que é "normal" os homens pensarem, sentirem e agirem, bem como o que é "normal" para as mulheres. Explique que essas regras limitam a vida tanto de homens como de mulheres.

Elas tentam manter homens dentro de uma caixa com o rótulo “Aja como homem” e as mulheres numa outra caixa com o rótulo “Aja como mulher”.

4. Em letras grandes, escreva numa folha do flipchart a frase: “Aja como homem”. Pergunte aos participantes o que se espera dos homens nas suas comunidades em relação ao seu comportamento. Escreva essas mensagens na folha de papel. Verifique os exemplos para ver como se assemelham à amostra de respostas na Folha de Apoio 2 e acrescente alguns exemplos da Folha de Recurso se necessário.
5. Quando o grupo não tiver mais nada a acrescentar, faça as perguntas abaixo para incitar à discussão:
 - ▶ Quais dessas mensagens podem ser potencialmente nocivas/prejudiciais? Porquê? (desenhe uma estrela ao lado de cada mensagem potencialmente prejudicial e discuta-as uma por uma).
 - ▶ Como a pressão para se enquadrar na “caixa” ou no “modelo” pode ter impacto na saúde de um homem bem como na de outras pessoas especialmente em termos de HIV?
 - ▶ Como a pressão para se enquadrar na “caixa” ou no “modelo” pode limitar a vida de homens e daqueles que os rodeiam?
 - ▶ O que acontece com homens que tentam não seguir as regras de género? O que as pessoas dizem sobre eles? Como são tratados?
6. Escreva em outra folha do flipchart a frase “Aja como mulher”. Pergunte aos participantes o que se espera das mulheres nas suas comunidades em relação ao seu comportamento. Escreva essas mensagens na folha de papel.
 - Verifique os exemplos da Folha de Recurso 2 para ver os tipos de mensagens que costumam ser listadas. Acrescente algumas que não tenham sido mencionadas durante a discussão.
7. Quando o grupo não tiver mais nada a acrescentar, faça as perguntas abaixo para incitar à discussão:
 - ▶ Quais dessas mensagens podem ser potencialmente nocivas/prejudiciais? Porquê? (desenhe uma estrela ao lado de cada mensagem e discuta cada uma individualmente)
 - ▶ Como a pressão para se enquadrar na “caixa” ou no “modelo” pode causar impacto na saúde de uma mulher, bem como na de outras pessoas, incluindo em relação ao HIV/SIDA?
 - ▶ Como a pressão para se enquadrar na “caixa” ou no “modelo” pode afectar a vida de mulheres e daqueles que as rodeiam?
 - ▶ O que acontece com mulheres que tentam não seguir as regras de género? O que as pessoas dizem sobre elas? Como são tratadas?

Depois, desenhe uma tabela que tenha uma coluna para os homens transformados e outra para mulheres transformadas. Peça-lhes para listarem as características de homens que vivem fora da “caixa”. Grave as suas respostas. Quando tiver obtido entre sete e nove respostas, pergunte o mesmo sobre as mulheres que vivem fora da “caixa”. Faça notar que, no fim das contas, nas características da equidade de género, homens e mulheres são realmente similares. Mesmo assim, existe uma lista para homens/mulheres transformados, não deve ser apresentada como uma outra caixa, mas apenas como uma lista de algumas características de homens e mulheres que estão “fora da caixa”.

8. Faça as seguintes perguntas aos participantes:

- ▶ As nossas percepções sobre os papéis de homens e mulheres são afectadas pelo que nossa família e amigos pensam? Como?
- ▶ A média exerce alguma influência sobre as normas de género? De que forma? Como a média retracta as mulheres? Como a média retracta os homens?
- ▶ Como vocês, na vossa vida, podem desafiar expectativas diferentes de comportamento masculinos? E como vocês podem desafiar as expectativas diferentes de comportamento femininos?

Actividades Opcionais

As actividades abaixo podem ser acrescentadas à sessão, mas exigem mais tempo.

- Encenações para iniciar a sessão:

Divida os participantes em três grupos pequenos e peça-lhes para desenvolver uma curta encenação (um ou dois minutos) que retracte alguém dizendo a outra pessoa “aja como homem” ou “aja como mulher”.

Folha de Recurso 2: Exemplos de Tabelas para a Actividade “Aja como Homem”

Aja como homem	Aja como mulher
• Seja durão	• Seja passiva e quieta
• Não chore	• Seja a cuidadora e a responsável pelo lar
• Seja o provedor	• Aja com sensualidade, mas não seja muito sensual
• Assuma o controlo e não desista	• Seja inteligente, mas não muito inteligente
• Faça sexo quando desejar	• Siga o comando dos homens
• Faça sexo com várias parceiras	• Agarre seu homem – dê-lhe prazer sexual
• Obtenha prazer sexual das mulheres	• Não reclame
• Gere filhos	• Não discuta sobre sexo
• Case-se	• Case-se
• Arrisque-se	• Gere filhos
• Não peça ajuda	• Seja bonita
• Use a violência para resolver conflitos	• Seja vista, não ouvida
• Beba	
• Fume	
• Ignore a dor	
• Não fale sobre seus problemas	
• Seja ousado	
• Seja corajoso	
• Tome decisões para os outros	
Homens transformados	Mulheres transformadas
• Seja amável	• Seja amável
• Seja carinhoso	• Seja carinhosa
• Comunicador assertivo	• Comunicadora assertiva
• Capaz de expressar as emoções de forma construtiva e no momento apropriado	• Capaz de expressar as emoções de forma construtiva e no momento apropriado
• Fiel a um(a) parceiro(a)	• Fiel a um(a) parceiro(a)
• Fazer testes de HIV com frequência	• Fazer testes de HIV com frequência
• Usar preservativo sempre	• Usar preservativo sempre
• Aguardar a actividade sexual até que ambos estejam prontos	• Aguardar a actividade sexual até que ambos estejam prontos
• Defender a igualdade de género	• Defender a igualdade de género
• Desafiar outras pessoas a reconhecerem as normas de género nocivas/prejudiciais e se transformarem	• Desafiar outras pessoas a reconhecerem as normas de género nocivas/prejudiciais e se transformarem

1.4 Porquê Trabalhar com Homens, HIV e SIDA?

Objectivos

1. Desenvolver uma melhor compreensão das razões benefícios de trabalhar com homens no HIV e SIDA

Tempo

90 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores

Notas do Facilitador

No trabalho com a comunidade, os participantes poderão encontrar resistência das pessoas que pensam que HIV e SIDA ou equidade de género são questões com as quais não é importante os homens se envolverem. Este exercício ajuda a mudar algumas destas ideias e preparar os participantes de modo a responderem positivamente aos estereótipos de género e a resistência que poderão encontrar na comunidade.

Passos

1. Faça as perguntas seguintes aos participantes:

- ▶ Porquê trabalhar com homens?
- ▶ Por que razão os homens se devem importar com HIV e SIDA?

2. Pequeno Grupo de Trabalho (20 minutos)

Depois de uma “tempestade de ideias” no grupo grande, divida os participantes em pequenos grupos. Peça-os para continuar a explorar as razões para trabalhar com os homens, incluindo alguns dos estereótipos ou resistência que os participantes poderão encontrar na comunidade. Peça a cada grupo que crie uma encenação que mostre como lidar com a resistência e sublinhe as razões positivas para o envolvimento masculino. (Se necessário, use algumas das razões listadas sob o passo 5.)

3. Encenações (30 minutos)

Peça que cada grupo pequeno apresente sua encenação.

4. Discussão (30 minutos)

Depois das encenações, faça as seguintes perguntas aos participantes:

- ▶ Que sentimento despertou em si a visualização das encenações? Podia referir-se às encenações?
- ▶ Que aspectos relativos ao género você notou?

- ▶ Que temas sobre homens e o envolvimento masculino você observou?
- ▶ Como isso estimula os homens a mudar?

5. No encerramento, assegure-se de que a sessão cobriu os pontos-chave listados abaixo.

Algumas das razões para trabalhar com homens deviam incluir:

- Os homens precisam de estar conscientes sobre o HIV e SIDA, sexo seguro e saúde reprodutiva de modo a manterem a sua própria saúde e proteger as suas famílias;
- Os homens são frequentemente líderes e jogam o papel de modelos nas suas famílias e na comunidade; eles têm a responsabilidade e a oportunidade de fazer a diferença nestes assuntos.
- Nós podemos começar a mudar estereótipos dos homens como perpetradores e criar imagens de homens com uma forte consciência de género a trabalhar para a segurança comunitária e serviços.
- Homens ouvem outros homens;
- Homens são afectados por HIV. Este pode afectá-los, às suas parceiras e aos seus filhos;
- Os homens podem jogar um papel activo no cuidado e apoio às pessoas vivendo com HIV e SIDA.

As encenações irão, possivelmente gerar muita discussão. Temas que podem vir à superfície poderão incluir:

- Mudanças ocorrem através das interacções com os outros, especialmente com outros homens;
- Os homens devem dispor de tempo para escutar as mulheres – culturalmente, isto é visto como uma fraqueza;
- Homens e mulheres PODEM escolher a desafiar estereótipos de género;
- O comportamento de alguns homens por vezes conduz à percepção de que “todos os homens são maus”, mais do que “há algumas maçãs más”.
- Os homens jogam um papel importante de potenciais modelos e figuras de normas e ideologias – eles podem fazer a diferença;
- Precisamos de desafiar a ideia que os homens acreditam ser direccionados para o sexo e para o corpo das mulheres;
- Existe um senso de que os homens devem abrir mão de algum poder (e se calhar eles o façam). Os homens sentem-se muitas vezes ameaçados pelos direitos das mulheres.

1.5 Os Homens Estão Interessado em Mudar?

Objectivos

1. Identificar as razões pelas quais os homens podem estar interessados em mudar as normas de género

Tempo

60 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores

Opcional

Prepare a seguinte informação no flipchart:

Razões Para a Promoção de Normas Positivas de Género

- Auto-respeito
- Maior responsabilidade
- Espírito de pertença e uma oportunidade de promover irmandade
- Uma forma de contribuir para a comunidade
- Conhecimento de assuntos sociais
- Uma chance para aprender como tratar outras pessoas (especialmente mulheres)
- Definir claramente os papéis na família e na comunidade
- Uma chance para falar sobre medos e para saber que os homens podem ser vítimas
- Uma chance para discutir os nossos papéis como pais, bem como as nossas emoções
- Uma oportunidade para desafiar homens e questionar valores tradicionais, especialmente aquelas que apoiam abusos
- Ajudar os membros a serem parceiros iguais na sociedade e no casamento

Elementos da Estrutura Ecológica

- Reforço dos conhecimentos e capacidades pessoais
- Criação de apoio aos pares e estruturas familiares
- Educação de provedores de serviços de saúde
- Mobilização de membros da comunidade
- Mudança de práticas organizacionais
- Influência da legislação política a ao nível social

Passos

1. Peça aos participantes para dar alguns exemplos de homens envolvidos em grupos ou organizações para prevenir HIV e reduzir iniquidade de género;
2. Que razões levaram a que esses homens se envolvessem? Quais são os benefícios de os homens promoverem normas de género positivas? Faça uma lista.

- Passe a vista na lista de benefícios de promoção de normas de género positivas, especialmente em relação ao HIV, assegurando-se de acrescentar itens da lista abaixo:

Razões Para os Homens Promoverem Normas de Género

- Auto-respeito
 - Maior responsabilidade
 - Espírito de pertença e uma oportunidade de promover irmandade
 - Uma forma de contribuir para a comunidade
 - Conhecimento de assuntos sociais
 - Uma chance para aprender como tratar outras pessoas (especialmente mulheres)
 - Definir claramente os papéis na família e na comunidade
 - Uma chance para falar sobre medos e para saber que os homens podem ser vítimas
 - Uma chance para discutir os nossos papéis como pais, bem como as nossas emoções
 - Uma oportunidade para desafiar homens e questionar valores tradicionais, especialmente aquelas que apoiam abusos
 - Ajudar os membros a serem parceiros iguais na sociedade e no casamento
3. Discuta as seguintes questões como participantes:
 - ▶ Você acha que os homens estão mesmo interessados em mudar normas de género prejudiciais ou nós estamos a forçá-los a mudar?
 - ▶ Da sua experiência, indique alguns assuntos que os homens gostam de discutir uns com os outros?
 - ▶ O que os estimula a discutir tais assuntos? (Certifique-se de que os assuntos relacionados seguintes estão incluídos, ou acrescente-os se não forem referidos – Eles querem ver as suas irmãs/esposas/filhas muito bem)
 - ▶ O que motiva rapazes jovens a discutirem e aprender sobre género e HIV?
 - ▶ Por que é importante para os homens discutir estes assuntos?
 - ▶ Como os homens podem estar envolvidos na abordagem de género e HIV?

- ▶ Como é que eles se beneficiam da promoção de normas positivas de género, especialmente em relação ao HIV?
 - ▶ Que dificuldades/desafios os homens podem encarar quando tentam trabalhar à volta do género e HIV na sua comunidade?
 - ▶ Que mudanças positivas podem ocorrer aos homens que discutem género e HIV?
 - ▶ Que outros grupos na comunidade (além dos pares) são importante alcançar para reforçar percepções positivas sobre género e equidade de género? (Certifique-se de que as seguintes são mencionadas: parceiros dos homens, líderes religiosos, provedores de saúde, líderes governamentais.)
4. Assegure-se também, no encerramento, de que os pontos seguintes foram cobertos nesta sessão:

Actividades comunitárias podem ser um poderoso veículo para o reforço de mensagens sobre equidade de género. Os homens precisam de saber que terão apoio como “agentes de mudança” nas suas comunidades – abraçando papéis que tradicionalmente poderão não ser vistos como masculinos, tais com cuidar de pessoas com HIV e SIDA ou prevenindo violência baseada no género. À medida que os homens se tornam mais e mais envolvidos e são apoiados nestas actividades, papéis positivos de socialização de género começam a acontecer.

É por isso importante atingir pessoas e/ou grupos que podem criar um ambiente de apoio para os homens. Isto inclui os seus parceiros, grupos de pares, líderes comunitários, provedores de saúde, líderes governamentais, etc. É por isso que as actividades comunitárias são apenas uma parte do programa para envolver os homens na prevenção do HIV e equidade de género. Uma simples estrutura denominada Modelo Ecológico sublinha outros elementos importantes do programa para envolver homens na prevenção do HIV e equidade de género:

- Reforço dos Conhecimentos e Capacidades Individuais
- Criação de Apoio aos Pares e Estruturas Familiares
- Educação aos Provedores dos Serviços de Saúde
- Mobilização de Membros da Comunidade
- Mudança de Práticas Organizacionais
- Influência da Legislação Política ao Nível Societal

1.6 O que Significa Engajamento Comunitário para Si?¹⁶

Objectivos

1. Discutir conceitos-chave para envolvimento comunitário

Tempo

75 minutos

Materiais

- Dez tiras de papel coloridas, cada com uma das seguintes palavras escrita em letras grandes: Comunitário, Empoderamento, Acção, Equipa, Socios, Envolvimento Masculino, Estratégia, Tática e Liderança. Corte cada tira em dois a três pedaços de puzzle e misture-os.
- Flipchart e marcadores para cada grupo pequeno
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 2: Definições de Envolvimento Comunitário para todos os participantes

Passos

1. Explique aos participantes que esta actividade introduz conceitos-chave que serão abordados nas actividades de mobilização comunitária e é uma forma divertida de começar a discussão sobre o que elas significam. O propósito é expandir o conhecimento e experiência das pessoas que irão trabalhar nas actividades comunitárias.

Existem duas opções que você poderá usar com os participantes. Pode usar a opção A ou a B com os participantes.

Opção A:

2. Juntar o puzzle (Cinco minutos)
Dê uma visão geral da actividade e a seguir distribua as peças do puzzle pelos participantes. Peça-lhes para formar grupos com aqueles que têm as outras peças para a sua palavra.
3. Análise em Grupo das Palavras-Chave (10 minutos)
Peça a cada pequeno grupo que discuta o significado da sua palavra e registar as suas ideias na folha do flipchart.
4. Apresentações (30 minutos)
Peça a cada grupo que de forma breve sumarie as suas definições para o grupo maior, usando o flipchart. Depois de todas as apresentações, peça aos outros participantes que acrescentem alguns pontos que eles acreditam estarem a faltar. Quando o tiverem feito, distribua a folha de Apoio 2: Definições de Envolvimento Comunitário. Passe para o passo 5.

¹⁶ Esta atividade foi adaptada de Nadeau, Denise. 1996. Counting Our Victories: Popular Education and Organizing: A Training Guide on Popular Education and Organizing. Repeal the Deal Productions. New Westminster, British Columbia, Canada.

Opção B:

2. Trabalho de pares (5 minutos)

Distribua um termo completo a cada par no grupo.

3. Análise (10 minutos)

Peça a cada par que discuta o significado do termo e registre as ideias que eles irão apresentar ao grupo maior.

4. Apresentação (30 minutos)

Cada par apresenta o que esteve a discutir e fornece a definição para a palavra.

Pergunte ao restante grupo se concorda ou se alguém deseja acrescentar alguma coisa à definição. Distribua a folha de apoio 3 e compare as definições do grupo às que estão registadas na folha de apoio. Verifique se há necessidade de dar a definição do grupo.

5. Experiências Para a Acção Comunitária

Uma vez completadas as definições, pergunte a todos os participantes se têm alguma experiência com acção comunitária. Faça-lhes as seguintes perguntas:

- ▶ Que acções foram efectivas na criação de mudança?
- ▶ Com que grupo(s) você trabalhou?
- ▶ Reflectindo sobre todas as experiências discutidas, como você definiria envolvimento comunitário?

Folha de Apoio 2: Definições de Envolvimento Comunitário

Envolvimento Comunitário é a mobilização de todos os sectores/interessados dentro de uma determinada comunidade a participarem activamente no processo de solução de um desafio específico ou problema (ex: HIV/SIDA).

Tem a ver como mover a comunidade a abordar diferenças entre si. É a comunidade inteira a trabalhar em conjunto para abordar assuntos/desafios.

Comunidade: Um grupo de pessoas que vivem na mesma área ou que partilham o mesmo interesse (ex.: cultura, religião, recursos, infraestruturas sociais)

Empoderamento: Munir uma pessoa ou grupo de pessoas de conhecimentos e capacidades tendo em vista melhorar o seu bem-estar

Acção: Pôr ideias em prática de modo a abordar os desafios/assuntos específicos da comunidade

Equipa: Um grupo de pessoas que partilham um trabalho de interesse visando uma meta comum

Aliados: Diferentes organizações dentro da comunidade que se juntam para combater um problema ou problemas (ex. violência contra mulheres e crianças)

Interessados: Aqueles que estão envolvidos na resolução ou identificação do problema

Engajamento Masculino: envolver homens em “actividades” (tal como prevenção do HIV ou iniciativas comunitárias)

Estratégia: Método usado para atingir uma meta

Táctica: Actividades/abordagens específicas utilizadas para implementar a estratégia

Liderança: estar apto a liderar; apoiar; controlar actividades /intervenção

1.7 Conduzindo uma Avaliação Comunitária

Objectivos

1. Identificar recursos humanos e financeiros para o envolvimento comunitário
2. Identificar grupos-chave na comunidade e como alcançá-los
3. Identificar as mensagens primárias que devem ser disseminadas nas actividades comunitárias no envolvimento masculino e género

Tempo

90 minutos

Materiais

- Cópias suficientes da Folha de Apoio 3: Elementos de Avaliação das Actividades Comunitárias para todos os participantes;
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 4: Identificação das Prioridades dos Grupos para todos os participantes;
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 5: Critérios de Avaliação das Prioridades dos Grupos para todos os participantes;
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 6: Gráfico de Avaliação das Actividades Comunitárias para todos os participantes;

Preparação Prévia

Desenvolva o seguinte quadro no flipchart.

Identificando Prioridades dos Grupos

Tipo de Grupo	Trabalho sobre HIV	Ambiente de Apoio	Praticabilidade	Abertura	Total
Militar	5	5	5	3	18

Passos

1. Explique aos participantes que, antes de identificarem actividades comunitárias específicas que eles queiram implementar para alcançar pessoas/grupos ao nível da comunidade, precisam determinar a quem devem atingir, o tipo de recursos de que se dispõem, quem irá “liderar” essas actividades e em que mensagens eles se devem concentrar. Por isso, nesta actividade, os participantes irão conduzir uma simples avaliação que os irá ajudar a determinar que actividades de envolvimento comunitário eles poderão implementar. Distribua as cópias da Folha de Apoio 3: Elementos de Avaliação das Actividades Comunitária. Reveja a Folha de Apoio com os participantes e pergunte-lhes se têm alguma dúvida ou pedido de esclarecimento a fazer.

2. Identificação de Grupos Chave a Alcançar – 30 minutos

Explique que a primeira coisa a fazer na sua avaliação é identificar o(s) grupo(s) com os quais eles gostariam de levantar assuntos relativos ao género, envolvimento masculino e HIV. Peça aos participantes para fazerem numa tempestade de ideias para produzirem uma lista de tais grupos. Pode ser qualquer um: rapazes jovens, homens adultos, parceiros, líderes comunitários, etc. Entregue a Folha de Apoio 4: Identificação das Prioridades dos Grupos e pergunte aos participantes para listarem os grupos que encontraram, na primeira coluna.

3. Uma vez que não será possível trabalhar com todos os grupos imediatamente, devido a constrangimentos de recursos, peça aos participantes que priorizem os grupos com os quais quer trabalhar.

Para os ajudar, passe-lhes a Folha de Apoio 5: Critérios de Avaliação das Prioridades dos Grupo para com base nos critérios nela inscritos procederem à avaliação de cada grupo:

- Importância de Atingir o Grupo de Trabalho de HIV: quão importante é para a organização atingir este grupo particular, quando estiver a trabalhar sobre assuntos relativos ao HIV?
- Importância de Atingir Grupo de Trabalho sobre Género e Envolvimento Masculino: quão importante é para a organização alcançar este grupo para criar um ambiente de apoio de mudança de normas sobre HIV, incluindo envolvimento masculino? Os participantes precisam de pensar sobre quanto este grupo influencia homens e rapazes jovens na comunidade.
- Praticabilidade para o alcance dos grupos: quão praticável é para a organização alcançar este grupo? Já está a trabalhar com este grupo? Se não, tem um forte relacionamento ou acesso a este grupo?
- Abertura do Grupo: Quão aberto estará este grupo relativo ao envolvimento masculino, género e HIV? Será necessário um trabalho significativo para se aproximar deles?

Os participantes deverão classificar cada grupo de 1 a 5, com base em cada critério. Por exemplo, se o grupo for de facto importante a alcançar-lo quando se trata de trabalhar com HIV, deve obter 5. Depois que todos os grupos tenham sido classificados com base em todos os critérios, os participantes deverão somar os números. Mostre o gráfico de Identificação de Grupos Prioritários que você preparou antes.

Logo que todos os participantes tiverem completado o gráfico dos seus grupos-chave, peça-os para identificar os cinco grupos que obtiveram a classificação mais alta. Neste ponto do processo de envolvimento comunitário, esses são os cinco grupos com os quais eles irão trabalhar.

4. Avaliação da Comunidade (30 minutos)

Uma vez que os grupos já foram determinados, peça que os participantes identifiquem o seguinte para cada um dos grupos:

- ▶ Onde serão alcançados?
- ▶ Quem será responsável na organização (equipa de funcionários, voluntários, etc.) para os alcançar? Ao responder a esta pergunta, os participantes devem pensar não apenas sobre a equipa de funcionários mas também nos outros grupos com quem trabalham e que podem ser treinados para alcançar outros grupos. Por exemplo, se uma organização trabalha com educadores de pares, então poderiam alcançar pessoas.
- ▶ Que recursos financeiros estão disponíveis para os alcançar?
- ▶ Que mensagens chave querem focalizar?
- ▶ Que desafios podem ter para alcançar este grupo?

Distribua a Folha de Apoio 6: Gráfico de Avaliação das Actividades Comunitárias e peça que os participantes ponham toda esta informação num gráfico de avaliação da comunidade, um para cada grupo. Os Participantes devem receber tantas folhas de avaliação da comunidade, quantas necessitam.

Pergunte aos participantes se algum grupo, baseado na informação recolhida, deve ser removido da lista. Por exemplo, a sua organização pode querer alcançar a polícia na sua comunidade, mas os polícias podem nunca estar disponíveis. Se o grupo for demasiado difícil de alcançar, a organização deve focalizar em outros grupos - pelo menos de momento. Se os participantes removerem um grupo, pergunte-lhes se há outros que queiram colocar em seu lugar.

Folha de Apoio 3: Elementos de Avaliação das Atividades Comunitárias

Avaliação da Actividade da Comunidade	
Quem será alcançado?	A sua organização comunitária necessita identificar os grupos principais que quer alcançar. Para tal, faça as seguintes perguntas: ▶ Que grupos ou indivíduos é essencial para sua organização alcançar para promover assuntos em torno do género, da participação masculina e do HIV? Inclui rapazes jovens, homens mais velhos, esposos, líderes comunitários, etc.? ▶ Quão importante é para que a organização alcance este grupo, a fim de criar um ambiente de suporte para normas mudadas do género em torno do HIV, incluindo a participação masculina? Os Participantes necessitam pensar sobre em que medida este grupo influencia homens e rapazes jovens na comunidade. ▶ Quão praticável é para que a organização alcance este grupo? Está já a trabalhar com o grupo? Se não, têm ligações ou o acesso ao grupo? ▶ Quão aberto este grupo será às mensagens relacionadas à participação masculina, ao género e ao HIV?
Onde serão alcançados?	▶ Onde é mais provável a sua audiência ser encontrada? Uma vez identificada a audiência-alvo que você deseja atingir, é importante identificar os locais onde esta audiência pode ser alcançada. ▶ Por exemplo, se você almejasse trabalhadores de fábrica a seguir você necessitaria identificar onde e quando você os alcançaria. A sua audiência-alvo faz um intervalo diário para o almoço ao mesmo tempo? Encontram-se num determinado ponto social após o trabalho? Se o dia de trabalho não oferecer uma oportunidade de os alcançar, talvez possam ser encontrados em algum local nos fins de semana, tais como dentro um espaço de mercado? ▶ É importante que todos estes assuntos sejam discutidos e determinados durante os estágios de planeamento iniciais.

Quem está disponível para os alcançar?	▶ Quem estará disponível para participar na actividade? ▶ Por exemplo, se você estiver a executar um esboço teatral relativo ao dia do mercado, quem pode montar, elaborar o esboço, moderar o evento e quem responde a perguntas do público? ▶ Identifique outras pessoas que estarão disponíveis para trabalhar na actividade.
De que recursos financeiros você dispõe?	▶ Você tem algum recurso financeiro para ajudar a executar a actividade? ▶ Como você pode obter recursos financeiros para ajudar na execução? ▶ Os recursos podem ser necessários para coisas como o transporte ao evento ou salgadinhos no evento? ▶ Se você não tiver nenhum recurso, como pode de forma criativa procurar recursos junto aos membros da comunidade? Por exemplo, existe algum comerciante que goste de apoiar organizações da comunidade e que possa querer fornecer apoio financeiro para o evento? Ou há uma ONG interessada que possa oferecer apoio financeiro? ▶ Ao avaliar os recursos financeiros disponíveis, você terá que pensar de forma criativa sobre como trabalhar dentro dos constrangimentos financeiros existentes e também como procurar o apoio financeiro de outros, dentro da sua comunidade.
Que mensagens você quer se comunicar?	▶ Você necessitará identificar as mensagens-chave que você quer que os participantes levem consigo do evento. ▶ Identificar estas mensagens ajudará manter a actividade focalizada e a identificar a informação e as estratégias que serão necessárias para apoiar estas mensagens.
Que outros grupos serão capazes de trabalhar com você?	▶ A fim de maximizar recursos e impacto das actividades, é bom ligar-se a outros grupos da comunidade, se possível. ▶ Identifique outros organizações baseadas na fé ou ONGs na sua área que podem estar interessados no mesmo trabalho.
Possíveis desafios ou obstáculos que requerem a atenção nos estágios de planeamento.	▶ Pensar sobre potenciais desafios durante os estágios de planeamento ajudar-lhe-á a ser um resolvidor proactivo do problema, permitindo que você se dirija aos problemas cedo e reveja mesmo os seus planos. ▶ Por exemplo, se você quiser falar sobre o HIV ou a violência de género com às pessoas após a igreja, mas sabe que o líder da igreja não apoiará esse tipo de conversa, pense sobre maneiras de obter o apoio do líder antes de tentar executar a actividade. Você pode convidar o líder a uma sessão da comunidade, por exemplo.

Folha de Apoio 4: Identificação das Prioridades dos Grupos

Tipo de Grupo	Trabalho em Torno do HIV	Ambiente de Apoio	Praticabilidade	Abertura	Total

Folha de Apoio 5:

Critérios de Avaliação das Prioridades dos Grupos

- **Importância de alcançar o grupo de trabalho do HIV:** quão importante é que a organização alcance este grupo a fim de fazer o seu trabalho relacionado ao HIV na comunidade? Este grupo enfrenta algum constrangimento de acesso aos serviços relacionados ao HIV?
- **Importância de Alcançar o Grupo de Género e Envolvimento Masculino:** quão importante é que a organização alcance este grupo, a fim de criar um ambiente de suporte para normas mudadas do género em torno do HIV, incluindo a participação masculina? Os Participantes necessitam pensar sobre em que medida este grupo influencia homens e rapazes jovens na comunidade.
- **Praticabilidade de alcançar o grupo:** Quão praticável é para a organização alcançar este grupo? A organização está já a trabalhar com o grupo? Se não, tem conexões ou acesso ao grupo?
- **Abertura do grupo:** Quão aberto este grupo será às mensagens relacionadas, ao género, à participação masculina e ao HIV? Será requerido trabalho significativo para alcançá-los e/ou persuadir?

Folha de Apoio 6: Gráfico de Avaliação das Atividades Comunitárias

Avaliação da Actividade da Comunidade	
Quem será alcançado?	
Onde serão alcançados?	
Quem está disponível para os alcançar?	
Que recursos financeiros estão disponíveis?	
Que mensagens você quer comunicar?	
Que outros grupos seriam capazes de trabalhar com você?	
Possíveis desafios ou obstáculos que requerem atenção nos estágios de planeamento.	

1.8 Construindo Alianças¹⁷

Objectivos

1. Examinar as possibilidades, vantagens e desafios da construção de novas alianças
2. Aumentar a eficácia e o alcance dos esforços do envolvimento masculino na prevenção do HIV

Tempo

90 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Folha de Recurso 3: Gestão de Parcerias/Alianças

Passos

1. Reflexões gerais sobre o estabelecimento de novas parcerias (20 a 25 minutos):

As perguntas abaixo são projectadas para ajudar os grupos a reflectir nas suas expectativas e nos benefícios percebidos e nos obstáculos de novas parcerias. Pode ser interessante para o grupo considerar organizações ou indivíduos com quem pensam poder ser particularmente desafiador trabalhar, mas com quem continuam interessados em estabelecer parcerias. É importante manter em mente que estas perguntas são apenas a primeira etapa num processo mais longo. Devem focalizar somente na exploração de sentimentos sobre possíveis novas parcerias. Discussões mais específicas sobre potenciais parceiros e etapas seguintes virão mais tarde. Após as perguntas da discussão, faça, rapidamente com o grupo, a revisão da Folha de Recurso 3: Gestão de Parcerias/Alianças.

Questões para Discussão

- ▶ Como você se sente em relação a trabalhar com outras organizações no estabelecimento de parcerias e alianças?
- ▶ Quais podem ser os benefícios? Quais podem ser os desafios?
- ▶ Imagine-se a trabalhar próximo de pessoas que você não tenha previamente visto como aliados. Como você se sente sobre trabalhar com eles?
- ▶ Que percepções têm as outras organizações da nossa organização (ou dos seus constituintes)?
- ▶ Como essas percepções agem como obstáculos ou colaboração?

¹⁷ Adaptado de Kaufman, M. Expanding Alliances, Family Violence Prevention Fund's Toolkit for Working with Men and Boys. Destina-se a ser utilizado com funcionários e voluntários de organizações no início do planeamento ou discussão de novas parcerias e alianças.

2. Histórias do sucesso (10 minutos):

As perguntas abaixo convidam o grupo a reflectir sobre exemplos de parcerias bem-sucedidas e como podem aprender a partir destes exemplos para construir novas parcerias.

Questões para Discussão

- ▶ Como você trabalhou no passado para quebrar barreiras na construção de novas alianças e no envolvimento de homens e rapazes? Que sucessos que você obteve?
- ▶ Que recursos, abordagens ou sucessos abrem possibilidades para expandir alianças? O que você pode oferecer?
- ▶ O que você pode aprender?

3. Identifique potenciais parceiros (20 a 25 minutos):

O objectivo desta etapa é fazer uma “tempestade de ideias” sobre parceiros potenciais. Antes da sessão, o facilitador deve criar uma tabela com os títulos abaixo, em diversas folhas de papel do flipchart e convidar o grupo a “tempestade de ideias”, uma coluna de cada vez. A explicação dos títulos pode ajudar a identificar o que cabe em cada coluna. O grupo deve ter em mente que este não é o momento de avaliar ou debater os prós e os contra dos parceiros potenciais. Isto será feito na etapa seguinte.

Títulos de colunas:

- Parceiros Potenciais
- Benefícios/razões para trabalhar em conjunto
- Barreiras de trabalhar em conjunto
- Recursos e ideias para superar barreiras
- Como trabalhar com parceiros se adequa (ou não se adequa) a nossas prioridades e pontos fortes

Potenciais Parceiros:

Isto pode incluir uma larga escala de instituições e organizações (por exemplo, os clubes de organizações masculinas e de serviços dos homens, dominados por homens; os clubes das organizações e dos serviços das mulheres, dominados por mulheres; instituições baseadas na fé; grupos da comunidade; corporações; uniões comerciais e associações profissionais; escolas; escuteiros, clubes desportivos e outras organizações da juventude; indivíduos de perfil elevado; diferentes níveis do governo e das forças armadas e organizações não governamentais).

Razões para/benefícios de trabalhar em conjunto:

Isto inclui as razões para e os benefícios de, dando forma a uma parceria com uma organização ou um grupo particular. Por exemplo, você pode desejar trabalhar com uma organização a fim de estabelecer contacto com uma outra organização à qual está afiliada. Em outros casos, você pode querer tirar vantagem do peso da organização na comunidade; podendo ser a maior corporação na área, a única universidade, etc.

Barreiras de trabalhar em conjunto:

Estes são os obstáculos potenciais para construir uma parceria com uma organização ou um grupo específico.

Recursos e ideias para superar barreiras:

Estes incluem recursos e ideias práticos para superar tais barreiras (por exemplo, conexões pessoais, proximidade física).

4. Priorizado (15 a 30 minutos):

O facilitador deve rever a tabela elaborada na etapa 3 e convidar o grupo categorizar os parceiros potenciais, de acordo com os critérios abaixo.

A Lista A:

Potencial elevado para a parceria. Uma organização ou uma instituição nesta lista são muito importantes e há muitos benefícios em trabalhar em conjunto. Todas as barreiras são superáveis e uma parceria caberia no seu mandato e prioridades.

A lista de B:

Uma organização nesta lista tem algum potencial, mas não é contínua em todas as categorias, ou uma categoria pode parecer intimidante.

A lista de C:

Trabalhar com estas organizações pode oferecer poucos benefícios, ou existem demasiadas barreiras insuperáveis.

5. Um plano de acção (25 a 60 minutos): As perguntas abaixo são projectadas para ajudar ao grupo a desenvolver um plano de acção. Inicialmente, o grupo deve focalizar nas organizações da lista A. Estas mesmas perguntas podem ser repetidas com organizações na lista de B.

- ▶ Há iniciativas específicas, campanhas, assuntos na comunidade, ou eventos com que você pode aproximar esta organização?
- ▶ Você quer começar com um grupo ou aproximar diversos grupos? No último caso, você quer desenvolver iniciativas separadas ou tentar formar uma coligação? (Mantenha em mente que sua organização necessitará se encontrar separadamente com cada grupo.)
- ▶ Como você pode envolver alguns dos seus aliados e parceiros tradicionais nesta iniciativa e que informação você necessita compartilhar com eles sobre o que você está fazendo?
- ▶ Quem terá a responsabilidade de esboçar uma proposta ou estabelecer o primeiro contacto?

Folha de Recurso 3:

Gestão de Parcerias/Alianças

A construção de alianças é uma pedra angular para um envolvimento eficaz e sustentável da comunidade. As vozes colectivas de diversas organizações e de partes interessadas podem ajudar a obter uma maior atenção do governo, dos média e do público em geral para a importância de trabalhar com homens e contribuir para um ambiente de apoio para mudar às normas do género relacionadas à vulnerabilidade do HIV. As alianças podem ser locais, nacionais, regionais, ou internacionais e podem incluir organizações diversas, desde grupos da sociedade civil e das instituições religiosas ao sector privado e governamental. A primeira etapa para construir uma aliança é identificar as organizações que seriam particularmente estratégicas para incluir no programa, na comunidade e nos esforços de advocacia relacionados aos homens e à prevenção, incluindo: organizações que têm acesso aos homens que são geralmente difíceis de alcançar (por exemplo, grupos fora da escola ou dos emigrantes); organizações que oferecem serviços particularmente atractivos aos homens (por exemplo, associações atléticas) e organizações que têm alcance e exercem influência sobre um grande número de homens (por exemplo, associações laborais, militares).

1.9 Lidando com a Oposição

Objectives

1. Para desenvolver as habilidades necessárias para tratar eficazmente da oposição

Tempo

60 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Folha de Recurso 4: Resposta à Oposição e à Crítica: Lidando com a Discórdia
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 7: Respondendo à Oposição para todos os participantes

Preparação Prévia

Antes do início da sessão, escreva as seguintes afirmações em cartões:

- A Bíblia diz que o homem deve ser a cabeça da casa.
- Antigamente, as mulheres sabiam que seus lares eram locais calmos. Eu penso que devíamos retornar aos velhos tempos!
- As mulheres não são tão fortes ou inteligentes quanto os homens; como podem ser confiadas para tomar decisões?
- Como homem, a minha cultura diz que eu posso ter quantas mulheres eu queira e possa sustentar.
- Uma mulher que anda sozinha e que veste mini-saia está a pedir para ser violada!
- A nossa cultura tem papéis para homens e mulher- e os homens devem ser responsáveis pelas decisões. Por que você está a tentar estragar a nossa cultura?
- Os homens e os rapazes não podem mostrar fraqueza. Os homens que choram são cobardes. Por que você está a tentar transformar nossos meninos e homens em meninas?
- Essas coisas de feminismo e libertação das mulheres são erradas! África está outra vez a ser controlada por estranhos.
- Nós não temos os recursos financeiros para tais programas.

Passos

1. Abra a sessão perguntando aos participantes como pensam que as pessoas na sua comunidade responderão à premissa do programa de envolvimento masculino (EM) – igualdade de género e transformação das normas de género necessária para a obtenção de melhores resultados na saúde? De seguida, pergunte-lhes se eles acham que as pessoas da sua comunidade apoiam a igualdade de género. Pergunte que tipos de barreiras encontram quando trabalham com género e sexualidade?
2. Pergunte-lhes que argumentos encontram no seu próprio trabalho com género e prevenção do HIV. Pergunte-lhes ainda, que argumentos seriam usados contra o programa de EM. Mande alguns participantes partilhar as suas ideias com o grupo maior e grave as suas respostas num flipchart.
3. Explique que nem todos darão apoio, mas que é importante ganhar o maior apoio possível dos membros da comunidade, para assegurar o impacto e a sustentabilidade dos esforços do envolvimento da comunidade. Explique que esta sessão irá ajudá-los a construir as suas habilidades para responder à possível oposição da comunidade ao programa de EM.
4. Comece enfatizando que os esforços de advocacia dependem da capacidade de convencer as pessoas a apoiarem o curso, a seguir reveja os primeiros dois parágrafos da folha de recurso 4: Resposta à Oposição e à Crítica: Lidando com a Discórdia.
 - ▶ Peça que os participantes identifiquem algumas das fontes da oposição (ou seja por que as pessoas se oporiam e criticariam o programa?). Certifique-se de que as razões indicada na folha do recurso estão aqui incluídas, uma vez que você fará uma lista no flipchart.
 - ▶ Destaque as estratégias de como lidar com a oposição, usando uma apresentação em Powerpoint ou o flipchart previamente preparados. À medida que você menciona cada estratégia, peça que os participantes expliquem o que cada uma envolve.
 - ▶ Explique como um programa é defendido, certifique-se de ser curto e simples. (Use um Flipchart ou o Powerpoint para explicar o sentido.)
5. Peça a nove voluntários que gostariam de praticar a defesa do programa de EM. Alinha duas filas de nove cadeiras, uma a frente da outra. Peça aos voluntários que se sentem numa das linhas de cadeiras. Peça então outros nove voluntários para sentarem-se na fila à sua frente, para servirem como “membros da oposição ao EM.” Cada membro da oposição deve encarar um dos apoiantes, dando assim forma a pares. Entregue os cartões da nota com indicações à “oposição.” Certifique-se de que não compartilham o que está escrito nos seus cartões com ninguém. Se houver menos de 18 pessoas, peça menos voluntários para cada lado e distribua menos cartões.

6. Opção alternativa:

Se não houver muitos participantes, você pode pedir que alguns voluntários (para defender o programa) se sentem numa fila de acordo com o número de perguntas que você irá distribuir enquanto os outros participantes permanecem sentados para assumir o papel da oposição (para fazer as perguntas). Distribua as perguntas aos membros da oposição de forma aleatória. Depois que cada voluntário tiver respondido à sua pergunta e esta tiver sido discutida pela audiência, o voluntário deve juntar-se à audiência para fazer parte dela. Isto continua até que a última pergunta esteja feita.

7. Em seguida, explique que você irá simular uma reunião da comunidade para discutir o programa de EM. O objecto é aprender a defender o programa quando os membros da comunidade discutem contra ele. Cada membro da “oposição” fará a leitura de uma afirmação para o seu parceiro ou “apoiente” e o seu parceiro ou “apoiente” responderá imediatamente. Reveja as estratégias na última página da folha de recurso antes de começar. Depois que o apoiente de cada par tiver respondido, pergunte a todos os participantes que pensem em outras estratégias ou respostas para contra-atacar a oposição. Depois que alguns participantes tenham compartilhado de suas ideias, passe ao par seguinte. Use os exemplos da Folha de Apoio 7: Respondendo à Oposição na simulação ou na discussão.

8. Continue por toda a fila até que toda a “oposição” e “apoientes” tenham lido as suas frases e defendido o programa de EM. Distribua Folha de apoio 7, explicando que as respostas na folha de apoio foram usadas pelo grupo ou introduzidas pelo facilitador durante a actividade.

9. Peça que todos os participantes retornem aos seus lugares e feche esta sessão com as seguintes perguntas:

- ▶ O que você observou nesta sessão?
- ▶ Como você se sentiu como “apoiente” ou “um membro da oposição”?
- ▶ Que estratégias são importantes ao defender o programa de EM?
- ▶ Que habilidades, se houver, você desenvolveu neste exercício?

Folha de Recurso 4:

Resposta à Oposição e à Crítica: Lidando com a Discórdia

Todo programa tem críticos. Os ativistas de programas transformativos de normas de género devem ser preparados para abordar o desacordo das pessoas que não compartilham das suas ideias. Isto poderá não ser fácil, mas oferece uma oportunidade de educar e comunicar-se com o público. Alguns críticos não serão confrontacionais sobre as suas crenças. É importante antecipar o que eles podem dizer e responder de forma exacta. Uma discussão aberta permite que todos sejam ouvidos e várias ideias consideradas. Uma comunicação aberta pode conduzir a um acordo que seja aceitável para todos os lados.

Quase todos os esforços de advocacia dependem de convencer pessoas a apoiar uma causa. Assim, os advogados devem discutir a sua posição com sucesso. Muitas pessoas que apoiam programas transformativos de normas de género, não o dirão publicamente a não ser que considerem importante fazê-lo. Mesmo alguns oponentes assumidos da igualdade de género podem tornar-se apoiantes se receberem informação, tiverem as suas perguntas respondidas e se forem convidados a contribuir no debate. Fornecendo informação, escutando os outros, respondendo as perguntas, e respondendo às preocupações oferece a melhor oportunidade de obtenção de apoio numa comunidade.

Fontes da oposição

É muito importante saber quem se opõe ao programa ou proposta sob consideração. É também importante saber porque se opõem e que argumentos e estratégias estes críticos usarão. A oposição pode ser proveniente de muitas fontes.

Algumas pessoas opõem-se porque sentem que foram deixados à margem do processo. Os ativistas devem fazer um esforço de envolver representantes de todas as áreas da comunidade. Todos devem ser envolvidos nas discussões desde cedo, sobre a política desejada. É particularmente importante não deixar de fora os líderes tradicionais ou religiosos. Despende tempo para ganhar o apoio destas pessoas importantes assegura que a comunidade inteira esteja envolvida na campanha.

Algumas pessoas podem opor-se a uma política porque têm perguntas sobre a sua necessidade, o que está a ser proposto, ou sobre como o plano será posto em prática. Escutar os seus interesses, fornecer mais informação e trabalhar para incorporar as suas ideias no plano pode transformar estes críticos em apoiantes.

Algumas pessoas opõem-se aos programas transformativos das normas de género porque acreditam que os programas enfraquecem a sua cultura. Podem ver estes programas como um sinal de influência externa. Dedique algum tempo para ouvir as preocupações destes indivíduos. Depois, mostre-os como o programa reflecte os valores culturais da comunidade - e é focalizado na saúde, incluindo HIV/SIDA. Isto pode ajudar a convencê-los a apoiá-lo. Ganhando o apoio de um líder comunitário respeitado, pode mostrar que o programa é necessário e apropriado para a redução do risco de HIV.

Algumas pessoas acreditam que ensinar igualdade de género é religiosa e moralmente errado. Como no exemplo acima, escutando as preocupações destes críticos, mostrando como o programa reflecte a moral da comunidade e encontrando um chão comum pode conduzir à obtenção do seu apoio. O endosso de um líder religioso respeitado pode ajudar a convencer estas pessoas de que o programa é consistente com a sua opinião religiosa.

Outros críticos podem pensar que um programa transformativo das normas de género é desnecessário. Uma campanha focalizada na instrução pública é uma maneira eficaz de construir a consciência pública sobre como a desigualdade de género conduz a resultados negativos na saúde. Compartilhe alguns indicadores de HIV e da violência baseada no género com o público e descreva como a saúde das mulheres e dos homens será melhorada pelo programa proposto. Isto pode persuadir muitas pessoas a apoiá-lo. Um avaliação das necessidades é uma boa maneira de recolher indicadores da saúde (veja o capítulo 2: Criando a Fundação).

Algumas pessoas não podem ser apoiantes por razões pessoais. Elas podem não querer apoiar um programa ou uma política que uma pessoa particular está suportando. Um benefício de trabalhar em uma rede é que outros podem seguir adiante para mostrar que a ideia não é propriedade de uma pessoa ou grupo.

Como lidar com a Oposição e a Crítica

A primeira etapa para lidar com pessoas indecisas ou não apoiantes é escutar os seus interesses. Escutar o outro lado do assunto e compreender as causas que levam a outra pessoa a discordar demonstra o respeito para com a sua opinião e permite uma resposta eficaz e apropriada.

A ferramenta mais importante para convencer críticos é informação clara e exacta. As pessoas formam opiniões baseadas na informação que têm. Dar-lhes mais informação pode ajudar-lhes a reavaliar as suas opiniões. Outros podem querer falar sobre a moralidade, ou sobre se uma actividade é apoiada nos valores culturais ou crenças religiosas. Um ativista do género e da saúde deve aprender a ouvir as razões implícitas para a crítica e estar preparado para responder também às mesmas razões.

Estratégias

Estabeleça redes com outras organizações. Trabalhar como um grupo torna cada membro mais forte.

Pense estrategicamente. Um líder influente pode ajudar a persuadir as pessoas. Antes de procurar convencer as pessoas que podem discordar, concentre-se num líder de opinião que pareça ser de suporte. Use o seu apoio para convencer os outros.

Esteja preparado. Olhe em frente para ver quem pode opor-se ao programa e o que essa pessoa poderá dizer. Considere se afirmações anteriores dão um sentido do tipo da informação que poderá escutar. Prepare a mensagem antes de se encontrar com a pessoa.

Escolha uma mensagem persuasiva. Diferentes tipos de informação convencem pessoas diferentes. Por exemplo, um líder pode estar preocupado que um novo programa de educação de género forneça demasiada informação sobre sexualidade à juventude, mas concordará que a juventude tem necessidade de mais ajuda para compreender e prevenir o HIV/SIDA.

Neste caso, enfatizar que o programa impedirá a SIDA, é mais eficaz do que dar a informação genérica. Focalizar nas áreas onde as pessoas concordam com os objectivos ajudará a construir uma base comum.

Fale nos termos que a audiência compreende. As pessoas que trabalham em programas do género e da saúde falam às vezes ao público usando termos técnicos. Lembre-se de usar uma linguagem que seja compreensível para as audiências.

Saiba quando (e quando NÃO) ser defensivo. Às vezes, ignorar as afirmações dos críticos torna as suas opiniões válidas. Quando os oponentes usam a informação inexacta, prepare-se para lhes responder com estatísticas, anedotas, e a outra informação. Fornecer esta informação pode dar às pessoas uma melhor base para compor as suas próprias ideias. É igualmente importante, entretanto, saber quando voltar atrás. Quando os advogados parecem atacar uma pessoa ou uma instituição popular, a percepção pode prejudicar seriamente uma agenda de advocacia. Ter uma “guerra pública de palavras” com um político ou um líder religioso ou tradicional pode atrair a atenção à causa, ou pode arruinar o esforço. Pense com cuidado sobre possíveis reacções antes de responder.

Encoraje o debate aberto e civilizado. Comunicação é essencial para abordar as preocupações do público e as objecções da oposição. Participe nos programas onde o programa ou a política estão sendo discutidos. Assegure-se de que todas as reuniões públicas obedecem a regras que incentivam a ordem.

Procure outras maneiras de alcançar objectivos. Às vezes, apesar de todos os melhores esforços, ativistas são incapazes de convencer um político cujo apoio é crítico para o sucesso da campanha de advocacia. Um oponente influente pode impedir um plano por muito tempo. Por exemplo, se um director de escola não autorizar que um programa de género focalizado na educação de pares funcione na escola, os advogados do programa podem pedir que uma outra instituição, como o centro de juventude local, permita a realização do programa lá.

Compromisso

Quando um líder de opinião ou político não está completamente convencido, os advogados podem ser confrontados com a decisão de se comprometer ou não. O acordo é frequentemente difícil e pode causar desacordo entre membros de uma organização ou de uma rede. As perguntas abaixo podem ajudar grupos a obterem acordo de compromisso.

O acordo é aceitável?

Há provavelmente alguns pontos onde ninguém concordará em comprometer-se. Estes assuntos devem ser claramente reconhecidos e declarados. Os advogados devem por vezes ajustar as prioridades e decidir o que podem abrir mão para obter o maior bem.

A possibilidade de acordo pode conduzir a discussões difíceis, especialmente se alguns membros tiverem a sensação de que as suas prioridades estão a ser ignoradas. O acordo pode produzir o desacordo entre aliados. Uma liderança forte é chave para alcançar consenso.

Quais são as linhas orientadoras do acordo?

Uma vez obtido o acordo, os advogados devem determinar a forma e a extensão do acordo que podem aceitar. Os advogados devem considerar os melhores resultados possíveis e outros aceitáveis.

Avançar em pequenas etapas não é comprometedor quando se tem a clareza de que é a melhor estratégia de avançar o assunto. Por exemplo, se o objectivo for introduzir programas de género focalizados nas habilidades da vida em um local de trabalho dirigidas a todos os trabalhadores, pode-se inicialmente dar forma a um comité de direcção e de trabalhadores para começar a adoção de todos os partidos.

Quanto à falha?

Os advogados devem saber continuar mesmo quando fica claro que os seus esforços podem falhar. Devem pensar sobre quando parar, o que aprenderam da falha e o que a fazer em seguida. A rede deve tentar determinar se uma estratégia diferente pode alcançar o objectivo original.

Defendendo o seu programa

Aqui estão algumas estratégias para quando você está num debate para defender o seu programa:

1. Faça suas respostas tão breves e simples quanto possível.
2. Concorde com a oposição quando você pode.
3. Use factos para suportar as suas afirmações.
4. Mantenha a calma/neutro. Você está a tentar convencer os outros e se você “perdesse a cabeça”, você parecerá doido.
5. Pesquise a religião e a cultura e use-as em seu favor. Os textos religiosos tais como a Bíblia e o Alcorão contradizem-se frequentemente – conheça estes assuntos e use-os para defender o seu programa.

Folha de Apoio 7:

Respondendo à Oposição

A seguir respostas possíveis aos argumentos da oposição:

- **A Bíblia diz que o homem deve ser cabeça da casa.**

A Bíblia faz diversas referências a este assunto que pode ser interpretado de várias maneiras. Entretanto, ensina-nos também a respeitar um ao outro e a defender os direitos humanos uns dos outros. Na sociedade actual, é necessário que ambos, homens e mulheres tenham renda e tomem decisões.

- **Nos velhos tempos, as mulheres sabiam que seus lares eram lugares calmos. Eu penso que devíamos retornar aos velhos tempos!**

Não podemos voltar aos velhos tempos e eu não tenho a certeza do quão calmas eram realmente as coisas. Se todos forem tratados razoavelmente e lhes for dada igualdade de oportunidade, então a vida será calma. Quando um grupo (mulheres, por exemplo) é oprimido, todos nós somos oprimidos. Como Martin Luther King Jr, líder Afro-Americano dos direitos civis, disse: "Injustiça em qualquer lugar é uma ameaça à justiça em toda a parte." A igualdade do género é tão boa para homens como é para mulheres porque as mulheres ajudam os homens a suportar a carga da família.

- **As mulheres não são tão fortes ou inteligentes quanto os homens. Como podem ser confiadas para tomar decisões?**

Os homens e as mulheres são igualmente fortes e inteligentes, mas durante toda a história, os homens não permitiram que as mulheres tomassem decisões. É tempo de mudamos as nossas maneiras, para a saúde das nossas comunidades. Eduque uma mulher e você educa uma sociedade!

- **A minha cultura diz que eu posso ter tantas esposas quantas eu posso sustentar.**

A cultura pode ser mudada para ajustar-se aos tempos. Na época do HIV e SIDA, uma tradição de parceiros múltiplos é perigosa! Nós devemos desafiar a nossa cultura e torná-la mais saudável!

- **Uma mulher que anda sozinha e veste mini-saia está a pedir para ser violada!**

Nenhuma mulher pede para ser violada. Violação é quando uma pessoa usa a força para ter sexo com alguém. Ninguém pede isso. Não sabemos por que uma mulher está andando sozinha ou está vestindo o que está vestindo. Por que julgamos as pessoas assim rapidamente? Por que nós não dizemos as mesmas coisas sobre homens?

- **Nossa cultura tem papéis para homens e mulher e é suposto os homens serem responsáveis pelas decisões? Por que você está tentar estragar a nossa cultura?**

Eu não estou a tentar estragar a cultura; Eu estou a tentar ser justo e tornar as nossas comunidades e famílias mais saudáveis. Provou-se que a igualdade do género conduzirá para a melhoria dos resultados da saúde.

- **Os homens e os rapazes não podem mostrar fraqueza. Os homens que choram são cobardes. Por que você está a tentar transformar os nossos rapazes e homens em mulheres?**

Quando as pessoas sufocam as suas emoções, podem explodir em algum momento e tornar-se violentos. Esta é uma das razões pelas quais há muitos crimes passionais. Não é saudável que homens e rapazes sufoquem as suas emoções, contudo a nossa cultura diz-lhes que devem fazer assim.

- **Estas coisas de feminismo e libertação da mulher são erradas! África está uma vez mais a ser controlada por estranhos/forasteiros.**

A libertação das mulheres é um direito humano que transcende limites nacionais. As mulheres em todo o mundo, incluindo aquelas que se encontram na Europa e na América do Norte, sofrem desigualdade do género. É tempo para igualar direitos entre homens e mulheres!

- **Nós não temos os recursos financeiros para tais programas.**

Estas intervenções não são caras! Eu estou a pedir para integrar a consciência de género no nosso programa- isto é tudo. A saúde de nossas famílias e comunidades depende disso!



2. Diferentes Actividades do Envolvimento da Comunidade

2.1 Identificando Actividades de Envolvimento Comunitário

Objectivos

1. Identificar diferentes tipos de actividades de engajamento comunitário

Tempo

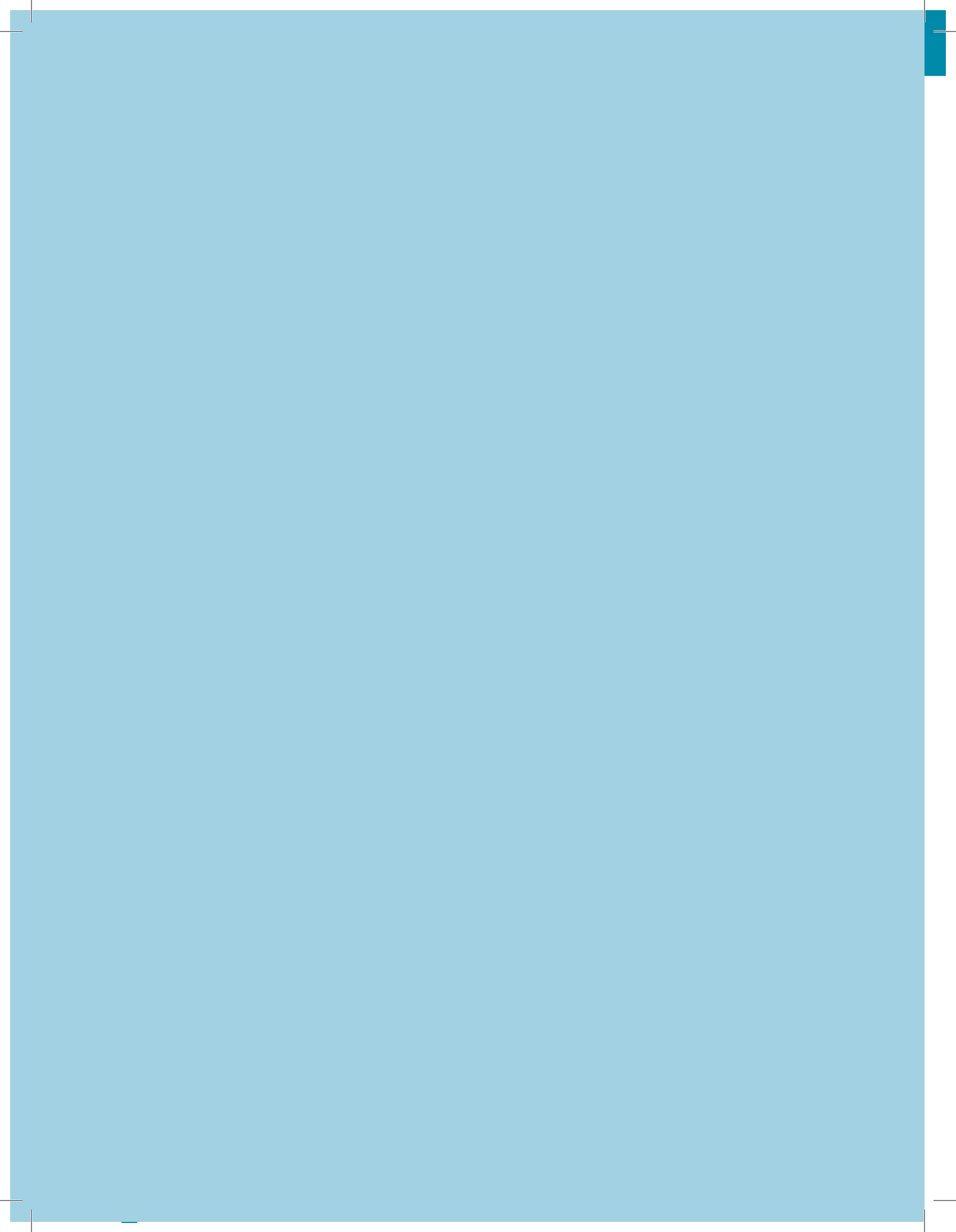
15 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores

Passos

1. Peça que os participantes identifiquem as várias actividades que podem ser executadas ao nível da comunidade. Peça que extraiam de suas próprias experiências ou de outros em suas comunidades. Registe todas as actividades sugeridas por todos os participantes no flipchart. Se as actividades seguintes não forem mencionadas após 10 minutos, adicione-as à lista:
 - Drama da rua/Peça Teatral
 - Campanhas dos meios de comunicação
 - Feiras da saúde
 - Murais
 - Mostras da conversa
 - Discussões de grupo/reuniões da comunidade/seminários móveis
 - Visitas Porta a Porta
 - Competições musicais
 - Eventos desportivos
 - Marchas
2. Indique qual destas actividades identificadas pelos participantes serão cobertas na formação. Haverá um tempo reservado no fim da formação para discutir os assuntos não cobertos.



2.2 Trabalhando com Praticantes do Teatro

Objectivos

1. Ajudar membros ou a grupos da comunidade a planear uma encenação teatral sobre género, HIV, e participação masculina

Tempo

90 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 8: Representação/Encenação Teatral de Rua para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 9: Teatro de Rua da África do Sul para todos os participantes

Passos

1. Pergunte se algum participante alguma vez conduziu uma representação teatral de rua para atingir comunidades. Peça que compartilhem dessa experiência, incluindo o que funcionou e o que não funcionou. (Cinco minutos)
2. Peça que os participantes discutam os benefícios e os desafios de encenações teatrais de rua. Se não forem mencionados os seguintes benefícios e desafios após cinco minutos, adicione-os à lista:

Benefícios

- Pode alcançar um grande número de pessoas
- Pode ser muito interactivo
- Pode requerer poucos recursos (dependendo dos suportes usados)

Desafios

- Possibilidade de mensagens não claras ou difusas, se o desempenho não for focalizado
 - Nem sempre se pode controlar as “audiências,” se a representação for num local público
3. Distribua a Folha de Apoio 8: Representação/Encenação Teatral de Rua. Reveja os pontos-chave.

Etapa opcional: Reveja o estudo de caso, Folha de Apoio 9: Teatro de Rua da África do Sul e discuta o exemplo.

4. Divida os participantes em quatro grupos e atribua um dos tópicos abaixo a cada grupo. Peça que dois dos grupos usem o teatro de emboscada (veja o exemplo do Teatro de Rua da África do Sul) e mande os outros dois incorporar o comentário das audiências em seus desempenhos.

- Incentive os homens a assumir um papel activo nos cuidados domiciliários baseado no apoio
- Chame à consciência sobre os perigos do sexo transaccional entre membros da comunidade
- Chame à consciência sobre a prevenção da transmissão do HIV da mãe para o filho
- Importância de uma comunicação de pares em torno do HIV

Antes de apresentar a sua encenação, cada grupo deve explicar qual é a sua audiência-alvo aos outros participantes.

5. Resuma, fazendo as seguintes perguntas:

- ▶ O que os participantes consideraram difícil ao executar as peças?
- ▶ O que eles apreciaram nos desempenhos?
- ▶ Esta é uma das técnicas que poderiam usar nos seus programas? De que maneira?

Folha de Apoio 8: Representação/Encenação Teatral de Rua

Ao projectar a representação, tenha em mente o seguinte:

Público

A identificação do público é a primeira etapa para assegurar-se de que o desempenho e as suas mensagens alcancem as pessoas certas. Enquanto você pode considerar atingir somente um público particular, você poderá verificar que os desempenhos se adequam a uma variedade de audiências.

Faça-se as seguintes perguntas:

- ▶ Quem você quer alcançar (por exemplo, grupos da igreja, jovens rapazes, jovens mulheres, fóruns ou líderes políticos da comunidade local, grupos de senhoras, etc.)?
- ▶ Quando e onde pode esta audiência ser alcançada?
- ▶ Como os públicos serão alcançados? O que você irá usar para atrair seu público à peça ou a representação teatral?
- ▶ Como você irá entreter as suas audiências?
- ▶ Que elementos interessantes você poderá usar para envolver o público?

Algumas ideias incluem:

- Interromper a representação em vários pontos para perguntar à audiência o que irá acontecer em seguida
- Usando o teatro de emboscada, que significa encenar a peça num lugar “público” de modo que o público não esteja consciente de que se trata realmente de um desempenho (veja o exemplo abaixo.)

Tema/mensagem-chave

Ao planear o seu desempenho, é importante determinar o tema central. Você necessitará então identificar três mensagens chave que você quer que o desempenho comunique. Isto ajudará a manter o desempenho focalizado. Demasiadas mensagens podem confundir as audiências.

Produção/Recursos Humanos

Você irá necessitar de uma variedade de pessoas para realizar e desenvolver um desempenho.

- Uma ou mais pessoas para coordenar e assumir a responsabilidade total para a realização do evento. Esta pessoa ou pessoas devem estar motivadas e capazes de trabalhar bem com outras para assegurar que os planos para o desempenho continuem nos carris.
- Uma ou mais pessoas para desenvolver a encenação. Esta pessoa ou pessoas precisam de ser criativas e compreender o que irão apelar às audiências.
- Pessoas que podem servir de actores. Você poderá precisar de identificar várias pessoas para representar cada um dos papéis, para o caso de alguém não estar disponível no dia de um desempenho.

Recursos Financeiros

Ao planear o seu desempenho, você necessitará de identificar as suas necessidades financeiras. Por exemplo, os actores podem precisar de altifalantes, ou se estiverem viajando para diferentes comunidades, irão precisar de fundos para o transporte.

Folha de Apoio 9: Teatro de Rua da África do Sul¹⁸

O Teatro de Rua da África do Sul desafia as percepções dos homens sobre violência, HIV e SIDA e Igualdade do Género

É hora de ponta do fim de tarde na estação de caminhos-de-ferro em Tembisa e um comboio de Joanesburgo acabou de desembarcar centenas de viajantes de bilhete mensal na plataforma. O som de vozes altas e os sinais de uma briga iminente convenceu muitos deles a permanecer por algum momento.

Forma-se um círculo em torno do desdobramento da peça neste local público. As vozes pertencem a um homem e sua esposa e a outros dois homens. O homem está acusando a sua esposa de ter um caso com um colega que a acompanha no comboio. Sabe que isso é verdade e grita, porque na última noite pediu que ele usasse um preservativo. O homem move-se ameaçadoramente para sua esposa, mas seu amigo obstrui-o e os dois homens começam a empurrar-se e a trocar insultos. A multidão começa a mostrar-se desconfortável; alguns riem de forma nervosa, outros balbuciam desaprovação, mas ninguém passa diante para intervir. Finalmente, alguns espectadores ficam irritados com a agitação e retiram-se da multidão. Não há tempo para informá-los de que a cena que testemunharam era apenas um desempenho e os participantes eram actores.

Os novos actores pertencem à nova parceria da EngenderHealth, o Grupo Canal da Juventude (Young Channel Group – CGJ), uma organização não governamental baseada em Tembisa que usa o “teatro de emboscada” para educar e mobilizar sua comunidade local sobre assuntos em torno do HIV e SIDA, violência doméstica, e desigualdades do género.

O objectivo do desempenho é acender uma discussão com os espectadores sobre os preservativos e a violência baseada no género. Mas parte da natureza do teatro de emboscada é a sua imprevisibilidade.

“Foi bem, embora não tenhamos tido a possibilidade de distribuir os preservativos,” comentou um dos actores.

Empenhado, o grupo de actores e facilitadores seguiu estrada abaixo e voltou a entrar em cena à frente de uma moradia de homens. Desta vez, os actores tiveram tempo para terminar a encenação e revelar que a cena era ficcional. Alguns dos espectadores sentiram-se enganados e foram-se embora, mas outros permaneceram no debate com o grupo CGJ e para aceitar os preservativos que eles distribuíram.

Um outro actor perguntou a alguns dos espectadores masculinos como reagiriam se a sua esposa pedisse que usassem um preservativo.

“Eu pensaria que ela estava doente,” respondeu um homem.

“Eu não sou capaz de satisfazer a minha esposa, se usar um preservativo,” disse outro.

¹⁸ Adaptada de um estudo de caso preparado por HCP por Kristy Siegfried, Dezembro 2004.

Quando perguntados se os desempenhos tiveram algum impacto sobre eles, um homem respondeu: “Dá-me algum conhecimento e faz-me pensar sobre o assunto.”

O fundador do CGJ, Dan Sebetha, teve várias oportunidades de observar como este tipo de arte de representação pode ser eficaz, especialmente em alcançar novas pessoas. Ele começou o grupo com outros quatro elementos em 1996, com o objectivo de usar o drama para abordar o crime. O foco foi mudado para o HIV e SIDA e igualdade do género em 2001, quando o grupo estabeleceu parceria com a EngenderHealth.

Sebatha trouxe à superfície a ideia de usar o drama como uma ferramenta educacional observando como os pregadores prendem a atenção dos passageiros em longos passeios de comboio.

“Como artistas, nós quisemos entreter pessoas enquanto as educamos, assim que depois que vimos os pregadores nos comboios, nós os imitámos.... E acredite-me, está funcionando,” disse.

CGJ adicionou o teatro de emboscada às suas actividades quando diversos membros do grupo, incluindo o actual director, George Chauke, participaram de uma formação de mobilização da comunidade organizada pela EngenderHealth. Durante a formação, foi-lhes dada a oportunidade de praticar a abordagem da “emboscada” numa praça de táxis do Soweto. Chauke considerou-a “uma ferramenta poderosa.”

“Por vezes não é fácil atrair a atenção das pessoas para vir escutar-lhe,” ele explicou, “mas quando nós vamos à rua com emboscada, obtemos a sua atenção.”

CGJ recruta actores, assim como dançarinos, poetas, e artistas da batida, principalmente das escolas secundárias locais. Uma cena de 10 a 20 minutos obedece geralmente a um guião básico, mas são frequentemente usadas adaptações, dependendo das audiências e da sua provável resposta.

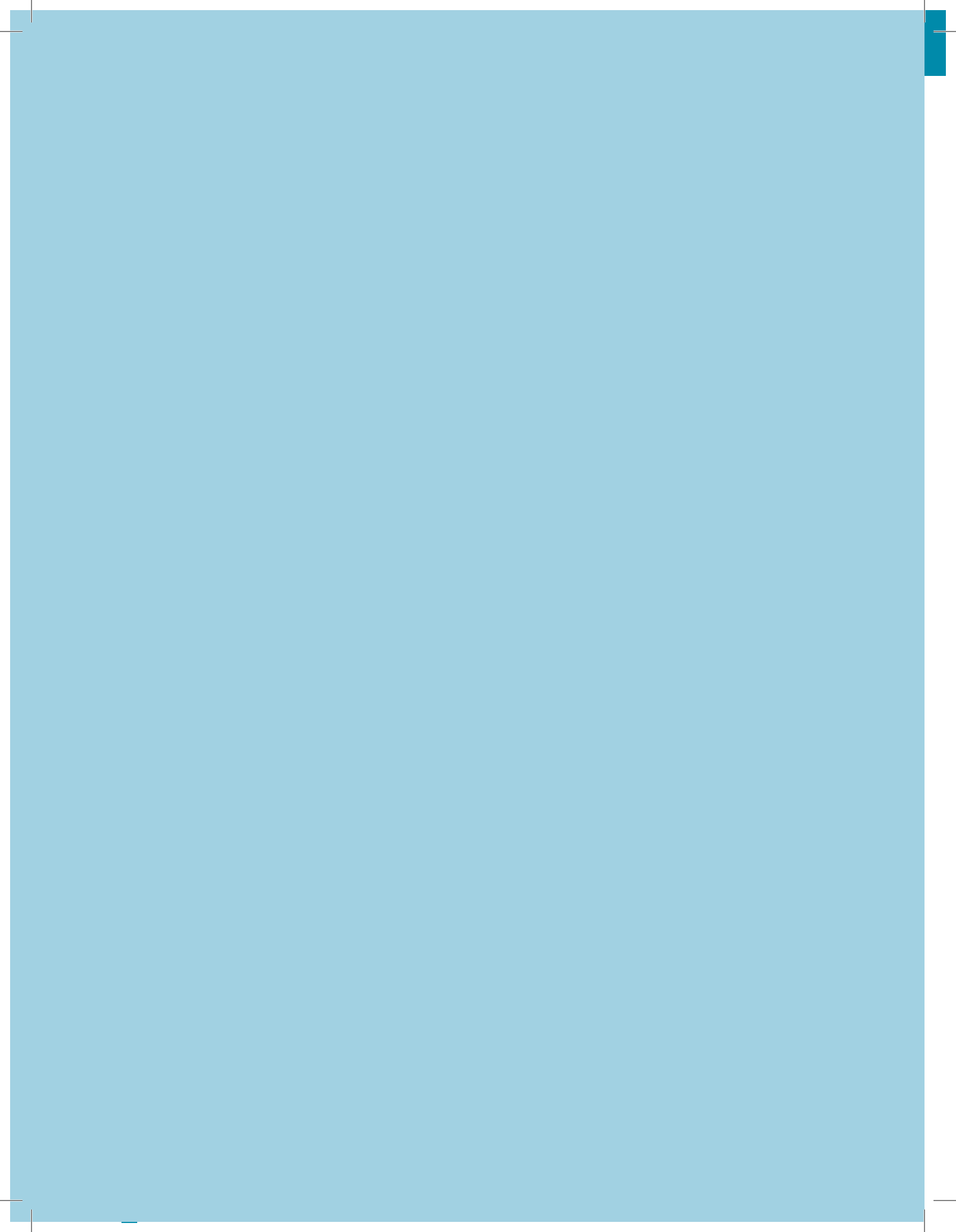
Os novos actores recebem também treinamento e informação nos assuntos que estão a representar. Parte do seu treinamento envolve Atender Homens como Parceiros (HCP) conduzidas pela EngenderHealth. Os treinamentos são projectados para ajudar os homens a compreender como os estereótipos as desigualdades de género podem conduzir a relacionamentos não saudáveis, à violência doméstica e até à propagação do HIV e SIDA.

Themba Skosana começou a participar das oficinas do HCP do CGJ depois que deixou a escola em 2003.

“Naquele tempo, eu não tinha muita auto-estima ou confiança,” reconheceu, “mas eu vi como os facilitadores do HCP eram positivos e confiantes. Agora eu abraço a igualdade e ajudo sempre nos afazeres de casa, não considero ser apenas trabalho da minha mãe.”

Sebatha foi educador do HIV e SIDA por muitos anos antes de aprender sobre género e violência doméstica.

O “HCP mudou minha vida,” ele admitiu. “Eu era abusivo antes. Após ter assistido às formações, dei-me conta que estava errado. Separei-me da mulher com quem estava, mas agora estamos novamente juntos. No início ela tinha dúvidas se eu tinha mudado realmente, mas agora está feliz.”



2.3 Trabalhando com Artistas Visuais

Objectivos

1. Usar a arte para reforçar mensagens em torno do género, HIV e participação masculina

Tempo

45 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 10: Pintura de Murais para Envolver Homens Jovens para todos os participantes

Passos

1. Distribua a Folha de Apoio 10 e peça que os participantes a revejam
2. Continue, fazendo estas perguntas:
 - ▶ Quais eram as estratégias e os objectivos da equipa que fez desenhos nos murais? Quais poderão ser as suas próximas etapas de acção?
 - ▶ Como poderiam os membros da equipa ter usado o mural para gerar discussão?
 - ▶ Que tipo de perguntas a equipa poderia fazer aos membros da comunidade para lhes ajudar a desenvolver uma mensagem forte para um mural ou outras artes visuais apropriadas para as suas audiências alvo?
 - ▶ Que outras artes visuais ou representações de artes podem ser usadas para conseguir o que a equipa estava a tentar fazer com o mural?
 - ▶ Que oportunidades estão disponíveis na sua comunidade para trabalhar com artistas ou actores em actividades criativas de envolvimento da comunidade que concerne a participação masculina?

Folha de Apoio 10: Pintura de Murais para Envolver Homens Jovens¹⁹

Todos os dias, milhares de pessoas deixam e chegam em Soweto, a partir do ponto de táxi ²⁰ situado em Joanesburgo do lado oposto ao hospital de Chris Hani Baragwanath. Agora, se olharem de relance acima a bordo de um minibus, verão um mural colorido com uma mensagem clara. As imagens brilhantes com figuras que lembram uma caricatura, mostram homens em papéis positivos: como um pai envolvido e amoroso, como alguém que presta assistência aos doentes com HIV/SIDA, como um visitante que escolhe começar por ser testado em HIV numa clínica e como um homem que se coloca contra a violência doméstica. Se a mensagem do mural ressoasse em apenas uma fracção de pessoas que passam por ela, a colaboração entre o HCP e o grupo dos artistas terá conseguido alcançar o seu objectivo.

Como um voluntário jovem do sexo masculino que participou no projecto do mural escreveu: "Este mural é a mudança de vida, ele carrega mais do que você poderia imaginar, ele mostra exactamente o que está a acontecer na nossa sociedade. Estamos em guerra contar muitas coisas e são para mim muito pessoais."

O mural foi produto de um grupo dos artistas jovens masculinos envolvidos com a Prova de Estúdios dos Artistas (Artists Proof Studios - APS) que foram a treinamentos, junto de educadores de pares e participantes da rede HCP. Em conjunto, este grupo de pessoas jovens, na sua maioria homens, tomou a iniciativa de criar uma mensagem visual para a comunidade, advogando uma participação masculina construtiva. O projecto foi cronometrado para coincidir com os "16 dias de Activismo contra a violência de Género," uma campanha de levantamento no seu sétimo ano na África do Sul.

Ficando atrás para admirar seu trabalho manual no mural, o estudante Cypriot Bekwaphi do APS descreveu a sua experiência de assistir a uma formação do HCP. Em torno dele, outros membros da equipa preencheram os esboços com as cores brilhantes, trazendo à vida as mensagens do HCP. "Era um olho-aberto. Fez-nos perceber muitas coisas sobre cuidar de pessoas e não apenas cercá-las com frases sobre o uso do preservativo. Tem a ver com por que devemos respeitar as mulheres e respeitar-se a si próprio."

O EAC do mural escolheu esta acção baseada no que sabia da sua comunidade. A localização do mural era estratégica - está num lugares quase todos o possam ver no Soweto. A mensagem para o mural surgiu da experiência com treinamentos, reuniões, do "teatro de emboscada" em praças de táxi, residentes e líderes da comunidade. Retractando imagens positivas da participação masculina, a equipa sentiu confiança da conversação e da reavaliação do papel dos homens na família e na comunidade.

¹⁹ Adaptado de um estudo de caso preparado por HCP por Kristy Siegfried, Dezembro 2004.

²⁰ Este ponto de táxi ou estação de ônibus é o maior de toda a África.

2.4 Campanhas de Média e Marketing Social

Objectivos

1. Entender os princípios do marketing social e exercitar as etapas para o desenvolvimento de campanhas baseada na comunidade ou pelos meios de comunicação

Tempo

120 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 11: Campanhas de Comunicação e Marketing Social e Folha de Apoio 12: Criando Campanhas: Passo a Passo para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Recurso 5: Exemplos de Meios de Comunicação do Marketing Social e Campanhas Baseadas na Comunidade para todos os participantes

Notas do Facilitador

Campanhas são acções coordenadas, visando promover mudanças de comportamentos individuais e/ou promover normas socioculturais e políticas necessárias para suportar estas mudanças. As campanhas incluem frequentemente algum tipo de média e alcançam um grande número de pessoas.

Os meios baseados na comunidade, tais como o teatro de rua, fornecem frequentemente maior profundidade e interacção, enquanto os meios de comunicação de massas embora ofereçam menor profundidade e interacção, fornecem frequentemente um maior alcance das mensagens. A decisão em relação ao uso de meios baseados na comunidade ou do uso de uma combinação de ambos os tipos, dependerão dos recursos disponíveis, das audiências pretendidas e da profundidade esperada do contacto.

PARTE 1: Princípios das campanhas (30 minutos)

1. Peça que os participantes façam uma tempestade de ideias, usando exemplos de bons comerciais de TV/radio e/ou de propaganda impressa.
2. Peça que os participantes identifiquem as mensagens ou as estratégias que fizeram daqueles comerciais e propagandas bem-sucedidos.
3. Peça que os participantes definam uma campanha. Explique aos participantes que as campanhas da saúde pública estão usando cada vez mais princípios do marketing comercial “vender com sucesso” comportamentos e estilos de vida saudáveis. Faça a revisão da Folha de Apoio 11 com os participantes e peça-lhes exemplos de campanhas de marketing social que tenham visto, se essas campanhas foram bem-sucedidas e porquê. Peça que os participantes ofereçam uma definição para o marketing social, para uma comunicação da mudança do comportamento (Behavior Change Communication - BCC) e para uma comunicação de informação e educação (Information, Education and Communication - IEC).

4. Explique aos participantes que o comportamento e o estilo de vida são frequentemente influenciados por percepções das pessoas sobre o que é “normal” ou “típico,” ou seja, o que a maioria e seus pares acreditam. Entretanto, muitos indivíduos, frequentemente, entendem mal os comportamentos ou as atitudes típicas de seus pares. Por exemplo, os rapazes jovens podem acreditar que a maioria dos seus pares envolve-se em determinados comportamentos de risco, tais como beber excessivamente, enquanto em outros locais a maioria de rapazes jovens não o fazem.
5. Use as seguintes perguntas para envolver os participantes em uma discussão sobre como as normas sociais e os meios de comunicação influenciam comportamentos e estilos de vida de rapazes jovens:
 - ▶ Os meios de comunicação influenciam o nosso comportamento? Como?
 - ▶ Quais são alguns mal-entendidos ou ideias rígidas que homens e outros (parceiros, famílias, etc.) podem ter sobre comportamentos típicos dos homens? Os meios de comunicação perpetuam estes mal-entendidos? Como?
 - ▶ Que tipo de comportamentos esses mal-entendidos podem promover?
 - ▶ Como as campanhas de comunicação podem mudar esses mal-entendidos?

Opcional:

Traga revistas e peça que, aos pares, os participantes dêem uma vista de olhos a uma revista e seleccionem algumas propagandas que sejam sensíveis ao género, neutras, ou exploradoras.

PARTE 2: Desenvolvendo uma campanha (uma hora e 30 minutos)

1. Divida os participantes em grupos e explique que a sessão irá ocupar-se da simulação de etapas do desenvolvimento de uma campanha. Enfatize que o tempo real necessário para a preparação de uma campanha irá variar, dependendo dos recursos disponíveis, podendo variar de semanas a meses.
2. Dê a cada grupo 15 minutos para fazer uma tempestade de ideias relativa às atitudes dos homens em relação ao género, conhecimento sobre HIV/SIDA e comportamentos e práticas relacionados à prevenção, bem como os meios e as redes sociais que poderiam ser usados para os alcançar. O facilitador pode incentivar os grupos a pensar sobre os homens com quem irão primeiramente trabalhar OU designe-lhe diferentes grupos alvo, por exemplo, rapazes jovens na escola, homens casados, homens que vivem em acampamentos de refugiados.
3. Distribua a Folha de Recurso 5 e de forma resumida passe pelos dois exemplos na folha do recurso.
4. Faça o mesmo sobre a Folha de Apoio 12: Criando Campanhas: Passo a Passo, focalizando em desenvolver o perfil de um homem “típico”.

5. Peça que cada grupo crie um perfil de um homem “típico” no seu grupo alvo, tendo em conta factores tais como socio-demográficos, passatempos, atitudes em relação aos papéis do género, comportamentos sexuais (incluindo o uso do preservativo, número e tipo de parceiros), uso e acesso a serviços e programas sociais, conhecimento sobre a transmissão de HIV/SIDA, percepção de risco de HIV/SIDA e aspirações gerais. Pode ser útil dar nome a este homem e criar uma aparência física para ele. Conceda 10 minutos aos grupos, para desenvolver os perfis.
6. Peça que os grupos identifiquem o tema secundário para sua campanha, por exemplo, uma comunicação com os parceiros sobre a abstinência ou o uso do preservativo, participação dos homens em cuidados a Pessoas Vivendo com HIV e SIDA - PVHS. O tema secundário deve ser identificado com base nos comportamentos e nas necessidades identificadas no grupo alvo.
7. Depois que os grupos identificarem os seus temas secundários, dê-lhes 25 minutos para desenvolverem mensagens básicas da campanha. Explique que esta é a etapa que frequentemente requer maior criatividade e tempo pelo que devem ter em mente que mensagens orientadas à acção são frequentemente mais atractivas e mais inspiradoras do que as que humilham os homens e/ou focalizadas somente em consequências negativas. Diga aos grupos que devem também identificar o tipo de meios (por exemplo, rádio, revistas, painéis gigantes) e canais sociais (por exemplo, educadores de pares, celebridades locais) que mais eficazmente difundiriam as mensagens da campanha ao seu homem alvo. Devem ter em mente o tipo de acesso que este homem terá para esse canais, bem como a praticabilidade técnica e financeira de utilizá-los. Lembre os participantes para definirem a língua/dialecto preferido da sua audiência alvo e níveis literários, os quais podem variar.
8. Convide os grupos a apresentar os perfis dos seus homens alvo, as suas mensagens da campanha e estratégias de disseminação. Incentive os participantes de outros grupos a formular perguntas e fazer comentários.
9. No fechamento, pergunte ao grupo:
 - ▶ O que você achou desafiador sobre desenvolver mensagens de campanha?
 - ▶ Que etapas/ideais para desenvolver uma campanha acharam mais úteis?
 - ▶ Sentem que podem começar a desenvolver campanha de comunicação ou campanha da comunidade depois desta actividade?

Folha de Apoio 11:

Campanhas de Comunicação e Marketing Social

Campanhas são acções coordenadas de actividades, visando promover mudança de comportamentos individuais e/ou promover normas socioculturais e políticas necessárias para suportar estas mudanças. Em termos de HIV, procuram aumentar a percepção do risco em torno do HIV e mudar normas e comportamentos sociais. As campanhas frequentemente incluem algum tipo de meios e visam atingir um grande número de pessoas. Há duas características chave das campanhas bem-sucedidas: 1) movem-se além da provisão de informação simples e dirigem-se a normas subjacentes e às percepções relacionadas aos comportamentos. 2) são ligados às actividades interpessoais que permitem a reflexão individual, a construção de capacidades e promover o acesso aos serviços.

CAMPANHAS DE MARKETING SOCIAL BASEADAS NA MÉDIA

Nas últimas décadas, houve rápidos desenvolvimentos nas tecnologias de comunicação, multiplicando os canais de comunicação disponíveis para alcançar audiências, particularmente a juventude.²¹ Dos painéis gigantes e rádio à Internet e telefones móveis, as pessoas são constantemente expostas a uma grande quantidade de informação e de mensagens. Isto pode ter uma influência poderosa (ambas: positiva e negativa) nas normas sociais sobre o que significa ser homem e como um homem deve se comportar ou aspirar se comportar. Para ser eficaz neste ambiente congestionado de meios, é necessário empacotar campanhas de forma que possam facilmente despertar a atenção dos homens, de outros interessados, sendo o mais importante, persuadi-los a adoptar e promover atitudes e comportamentos saudáveis e mais equitativos. As campanhas tradicionais de saúde pública têm focalizado unicamente em "informar" as pessoas sobre comportamentos não saudáveis e das suas consequências e empregando frequentemente tons ditatoriais ou moralizadores para fazer isso. A experiência mostrou, entretanto, que este tipo de campanhas são raramente adequadas para envolver audiências de forma eficaz e estimular a mudança de comportamento. Por essa razão, as campanhas da saúde pública estão usando cada vez mais princípios do marketing comercial "vender" comportamentos e estilo de vida saudáveis. O marketing social, como esta abordagem é chamada, envolve tornar comportamentos específicos e estilos de vida mais atractivos a uma dada audiência com ênfase em benefícios e em vantagens.

Para desenvolver uma campanha de marketing social, é importante primeiro compreender as normas socioculturais subjacentes que contribuem para e suportam um determinado comportamento.²² Muito do comportamento das pessoas é influenciado pelas suas percepções sobre o que é "normal" ou "típico", isto é, o que acreditam que a maioria de seus pares fazem. Entretanto, muitos indivíduos, incluindo os jovens, frequentemente confundem os comportamentos ou as atitudes típicas de seus pares.

²¹ Macdowall W, Mitchell (2006). "Sexual health communication: letting young people have their say." In Promoting Young People's Sexual Health: International perspectives. Edited by Ingham R, Aggleton P. Routledge.

²² Existe uma forma específica de marketing social conhecida como marketing das normas sociais que está baseada na aplicação das técnicas de marketing social para as teorias das normas sociais. O conceito central da teoria das normas sociais é de que a maior parte do comportamento das pessoas é influenciada por suas percepções do que é "normal" ou "típico". Com base nisto, a premissa do marketing das normas sociais é de que ao informar as pessoas de que a maioria de seus pares age de maneira positiva ou saudável pode-se criar um ambiente em que as pessoas se esforcem para seguir o que acreditam que é típico em seus pares. Esta abordagem tem se mostrado eficaz na prevenção do tabaco e do álcool ao volante, entre outras questões. Para mais informações consulte o website The Most of Us através de www.mostofus.org.

Por exemplo, os jovens podem acreditar que a maioria de seus pares envolve-se em determinados comportamentos de risco, tais como beber em excesso, quando na maioria dos casos a maioria dos jovens não o fazem. Frequentemente, estes mal-entendidos são alimentados pelos meios de comunicação de massas ou pelas normas sociais sobre o que é considerado um homem “de verdade”.

Estes mal-entendidos, por sua vez, podem fazer com que rapazes jovens se envolvam nestes comportamentos. Neste sentido, é importante que as campanhas abordem esses mal-entendidos ou ideias rígidas. Os homens e outros (parceiros, famílias, etc.) podem ter comportamentos típicos para homens e promovam normas mais positivas em torno do que significa ser um homem. As campanhas sociais do marketing podem ser feitas ao nível local com o uso de meios baseados na comunidade ou níveis mais largos com o uso de meios de comunicação de massas. Os meios de comunicação baseados na comunidade, tais como o teatro da rua, fornecem frequentemente mais profundidade e a interação, enquanto os meios de comunicação de massas, tais como novelas televisivas, produzidos por estúdios comerciais com actores e técnicos profissionais, oferecem menos profundidade e interação, mas têm frequentemente um maior alcance das mensagens. A decisão de usar meios baseados na comunidade ou meios de alcance massivo ou uma combinação de ambos dependerá dos recursos disponíveis e das audiências bem como da profundidade pretendida com o contacto.

O que é marketing social do preservativo?

Em meados da década de 1980 o marketing social do preservativo emergiu como uma estratégia popular da prevenção do HIV.²³ É uma forma específica de marketing social que promove a disponibilidade, a acessibilidade e aceitabilidade dos preservativos. Na América Latina e nas Caraíbas, bem como em outros locais, uma variedade de programas do marketing social do preservativo foi um sucesso em despertar a consciência geral da transmissão e da prevenção de HIV/SIDA, aumentando as vendas de tipos de preservativos introduzidos no mercado, assim como levar a mudança da atitude em relação ao uso do preservativos nos grupos visados, incluindo rapazes jovens.^{24, 25, 26, 27}

Não obstante que uma campanha seja na comunidade ou pelos meios de comunicação de massas, os homens devem ser envolvidos durante todo o seu desenvolvimento, execução, e avaliação. Frequentemente, os beneficiários ou partes interessadas, são envolvidos somente como respondentes no levantamento de dados necessários para a avaliação ou para fazer comentários durante a testagem das mensagens e imagens finais. É, entretanto, mais eficaz envolver os homens durante todos os estágios do projecto, da formulação das perguntas da pesquisa, até ao desenvolvimento das mensagens e das imagens. É também importante envolver audiências secundárias estratégicas, incluindo famílias, líderes da comunidade, mulheres, e fazedores de políticas, nestes estágios. Dada a natureza sensível de muitos tópicos relacionadas ao Género e prevenção do HIV/SIDA, a participação das partes interessadas secundárias pode ajudar a minimizar o possível oposição.

²³ UNAIDS. 2000. Men and AIDS – a gendered approach. World AIDS Campaign. Geneva, Switzerland.

²⁴ Boswell D, Baggaley R. 2002. Voluntary Counseling and Testing (VCT) and Young People: A Summary Overview. Research Triangle, NC. Family Health International.

²⁵ Horizons. 2004. Promoting Healthy Relationships and HIV/STI Prevention for Young Men: Positive Findings from an Intervention Study in Brazil. Washington DC: Population Council/Horizons.

²⁶ JHUCCP. 1997. Reaching Men Worldwide: Lessons Learned from Family Planning and Communication Projects, 1986-1996. Working Paper Series No. 3, Baltimore, MD.

²⁷ UNAIDS. 2000. Men and AIDS – a gendered approach. World AIDS Campaign. Geneva, Switzerland.

Porta-vozes das campanhas: Celebridade ou homens comuns?

Uma pergunta comum sobre campanhas é se é mais eficaz usar a celebridade ou homens comuns como porta-vozes. Músicos de renome, atletas e outras celebridades frequentemente têm a atenção e o respeito de um grande número de homens e podem ser porta-vozes poderosos para atrair a atenção a uma campanha e às atitudes e comportamentos positivos que se pretende promover. Por outro lado, treinadores, pais, líderes religiosos, colegas de trabalho, supervisores e outros homens comuns que têm um papel na vidas dos homens, podem também ser envolvidos e serem porta-vozes eficazes. O par modelo (não no sentido profissional, mas de ser “exemplar”) em determinadas atitudes e comportamentos pode ajudar a tornar-se mais credíveis e tangíveis aos homens do que os promovidos por celebridades que vivem realidades diferentes e enfrentam pressões diferentes. Como parte do processo formativo da pesquisa, é importante trabalhar com homens para identificar o apelo e a influência de diferentes porta-vozes e determinar qual seria o mais eficaz para influenciar positivamente os homens em um dado contexto.

Folha de Apoio 12: Criando Campanhas: Passo a Passo

Abaixo estão as etapas para criar uma campanha de comunicação de HIV/SIDA que incorpora uma perspectiva de género. Como foi mencionado antes, o objectivo de uma campanha de prevenção do HIV é despertar a percepção do risco em torno do HIV e mudar normas e comportamentos sociais. É importante que os homens e outras partes interessadas estejam envolvidos em todas as etapas. São envolvidos frequentemente somente como respondentes no levantamento de dados que necessitam de uma avaliação ou durante a testagem de imagens e de mensagens da campanha. Entretanto, as campanhas são mais prováveis de obter envolvimento e eficácia, quando os homens e outras partes interessadas são envolvidos durante todo o processo.

- **Realize a avaliação necessária.** Isto deve incluir informação sobre atitudes, conhecimento e comportamentos sobre HIV/SIDA, bem como práticas masculinas relacionadas à prevenção. Deve também incluir indicar/identificar os meios e as redes sociais que poderiam ser utilizados como parte de estratégias da campanha.
- **Desenvolva um perfil de um homem “típico”.** Uma técnica útil para traçar as características do grupo alvo é criar um perfil da personagem. Isto envolve desenvolver um perfil de um homem “típico” do grupo alvo, tendo em conta factores sócio-demográficos, passatempos, atitudes em relação aos papéis do género, comportamentos sexuais (incluindo o uso do preservativo, o número e o tipo de parceiros), acesso a e uso de serviços programas sociais, conhecimento sobre a transmissão de HIV/SIDA, percepção do risco de HIV/SIDA e aspirações gerais. Pode ser útil dar um nome a este homem e criar uma aparência física para ele. Por exemplo, para o desenvolvimento da campanha Hora H no Brasil, os promotores de pares criaram uma personagem ficcional chamada Calixto, um homem de 19 anos de idade, da sua comunidade (veja abaixo).

Esboço do personagem para Calixto: Calixto tem 19 anos e gosta de jogar futebol, dançar funk, estender-se na praça local. É um homem novo que cuida de si mantém o seu cabelo curto. Aos 13 anos, teve sexo pela primeira vez com sua prima Suzi. Ele não usa preservativo, frequentemente. Uma vez ele bateu em sua namorada porque ela pediu-lhe que usasse preservativo. Ficou um tanto nervoso, achando que ela o estava a traír ou que ela achou que ele a traía. Ele fala aos seus amigos sobre as suas conquistas sexuais. Alguns dos seus amigos usam preservativo de tempos a tempos, frequentemente apenas a primeira vez que têm sexo numa noite, mas não a segunda vez. Calixto tem a informação básica, mas não se preocupa demasiado acerca de ISTs ou HIV/SIDA.

Embora esta técnica requeira um grau de generalização sobre o grupo alvo, não se pretende diminuir a diversidade que existe entre homens, mas melhor, a assistência no processo de desenvolvimento de mensagens e estratégias a que sejam atractivas e apropriadas para o grupo de alvo como um todo.

- **Defina sub-temas para a campanha.** Dentro dos temas da equidade de género e da prevenção do HIV/SIDA, é necessário identificar sub-temas, tais como uma comunicação com os parceiros sobre o uso do preservativo, pares concorrentes, sexo transaccional e testagem do HIV/SIDA, os quais serão a base para a campanha. Estabeleça estes sub-temas com base naquilo que a avaliação identifica como necessário e apropriado para o grupo de alvo.
- **Desenvolva mensagens básicas para cada um dos temas da campanha.** Isto requer frequentemente muita criatividade e tempo. Como foi discutido nesta actividade, mensagens da campanha que sejam positivas e orientadas à acção são frequentemente mais atractivas e inspiracionais do que as que humilham os homens e/ou focalizadas somente em consequências negativas. Exemplos construtivos incluem a campanha Hora H no Brasil, que promove uma vida “calma” e um estilo de vida hip para os jovens, baseados em cuidados e atitudes justas, e a Campanha da Força nos EUA, a qual enfatiza que a força real de um homem é demonstrada pelo respeito e compaixão, não força para dominar.
- **Mapa de fontes de influência e da informação.** Isto envolve identificar e compreender as diferentes fontes da influência e da informação que dão forma às atitudes e aos comportamentos dos homens relacionados ao género, relacionamentos e à prevenção do HIV/SIDA. Estas podem ser grupos de pessoas, como pares e família, instituições como escolas e serviços de saúde, ou meios de comunicação como jornais ou televisão. Novamente, isto deve vir da informação colectada durante a avaliação das necessidades, assim como das contribuições dos homens e outras partes interessadas envolvidos no processo (veja outra ferramenta da campanha).
- **Identifique os meios mais estratégicos e os canais sociais, baseados no perfil e do mapeamento da influência e da informação.** Usando o perfil e os resultados do mapeamento, a etapa seguinte é identificar o tipo de meios (por exemplo, rádio, revistas, painéis gigantes) e dos canais sociais (por exemplo, educadores de pares, celebridades locais) canais que melhor transmitir as mensagens sobre modelos positivos de masculinidade e da prevenção do HIV/SIDA aos homens e/ou às audiências secundárias. É importante também ter em mente que tipo de acesso os homens têm a estes meios, bem como a praticabilidade técnica e financeira da sua utilização para a campanha.
- **Faça a pré-testagem com homens e audiências secundárias.** Este é o processo de confirmar que as mensagens da campanha são claras e relevantes e informam e/ou mobilizam homens como se pretende. Envolver homens e audiências secundárias no processo de desenvolvimento campanha ajuda assegurar a relevância e o impacto das mensagens, entretanto, é também necessário conduzir pre-testagem extensiva para assegurar que as mensagens são compreendidas extensamente. Pre-testar pode ser feito de um para um em entrevistas e/ou em grupos de foco com homens seleccionados do grupo alvo. É também importante pre-testar mensagens com as partes interessadas secundárias, para verificar se são aceitáveis e apropriadas e não haverá gaps.

Folha de Recurso 5: Exemplos de Meios de Comunicação do Marketing Social e Campanhas Baseadas na Comunidade

A Campanha da Força, EUA

Desenvolvida por Homens Podem Parar Violação (Men Can Stop Rape), a Campanha da Força (The Strength Campaign) emprega diferentes meios de comunicação de massas e estratégias de mobilização para envolver rapazes nos comportamentos mais positivos e mais correctos, incluindo como aliados na prevenção de violência no namoro. A iniciativa da campanha nos meios de comunicação é organizada em torno do slogan “A minha força não é para machucar” e esforça-se em recuperar a percepção tradicional da força masculina como o respeito e a comunicação, não a força como dominação. Em adição à iniciativa dos meios de comunicação, a Campanha da Força inclui também um componente educacional denominado Os Homens do Clube da Força. Os jovens rapazes nos Clubes da Força participam em uma série de sessões destinadas a aumentar a sua consciência sobre a importância da participação masculina na prevenção da violência e mobiliza-os como aliados activos para impedir a violência dos homens contra as mulheres e raparigas.

Originalmente, foi em Washington DC que a campanha começou, uma parte importante para o sucesso da campanha da força estabeleceu laços com uma equipa de funcionários de escola e outras iniciativas baseadas na escola. Administradores de escolas, professores e outros funcionários participam treinamentos de construção da consciência e são convidados a servir como membros do comité consultivo da campanha e para participar no projecto e na gestão de actividades na escola. Desta maneira, os esforços da campanha não são isolados de outros esforços baseados na escola, mas sim melhor assumidos e executados localmente.

A campanha está focaliza na promoção de normas positivas de género, permite também ser adaptada para envolver homens em outros problemas sociais e de saúde. Desde o seu lançamento, mais de duzentas pessoas ao nível local, organizações regionais e nacionais usaram os cartazes e os materiais da campanha, criando uma presença de âmbito nacional. Os materiais foram usados também em outros países.

As mensagens da Campanha da Força apresentam a norma masculina comum da força como o respeito e a comunicação, não força e dominação. Uma das coisas mais interessantes que emergiu da pesquisa formativa e testagem foi que os jovens receavam que se falassem sobre a violência contra as mulheres, ou mudassem as suas maneiras, eles estariam sozinhos. Por esta razão, as imagens da campanha mostram jovens com parceiros e/ou com outros jovens, a fim enfatizar os benefícios e a solidariedade relativas a levantar-se contra a violência masculina e falar abertamente sobre respeitar mulheres.

Para mais informação, visite o website do Men Can Stop Rape:
www.mencanstoprape.org



Hora H, Brasil

Desenvolvida pela Promundo e JohnSnowBrasil, com financiamento do SSL Internacional, a campanha Hora H, que se traduz em “no calor do momento,” constrói-se sobre os princípios do marketing social para promover um estilo de vida atractivo e de género mais justo para jovens rapazes. As mensagens da campanha descrevem um homem “real” como um que demonstra atitudes de género mais justas nos seus relacionamentos, particularmente nos momentos de maior desafio. O nome da campanha foi desenvolvido pelos jovens, que ouviam frequentemente os seus pares dizerem: “Todos sabem que não devem bater nas suas namoradas, mas no calor do momento você perde o controlo” ou, “todos sabem que você deve usar um preservativo, mas no calor do momento...” Neste contexto, a campanha Hora H enfatiza que um homem “de verdade” é respeitoso e carinhoso no seu relacionamento com a sua parceira, ou mais especificamente, não usa a violência, discute o uso do preservativo e compartilha de responsabilidades de paternidade.

A campanha de Hora inclui também uma marca associada de preservativo, e embora as mensagens da campanha promovam o uso do preservativo como um comportamento importante em si, a ênfase da campanha está no estilo de vida simbolizado pelo uso do preservativo. A ligação entre o preservativo Hora H (um produto) e um estilo de vida é extraído dos princípios do marketing comercial, em que as propagandas para carros, sapatos e outros produtos focalizam no estilo de vida associado com a posse do produto, mais do que pelas qualidades do produto em si. No caso de Hora H, esta estratégia é usada para introduzir no mercado comportamentos saudáveis e correctos, tais como o uso do preservativo, como parte de um modo de vida estilizo para jovens.

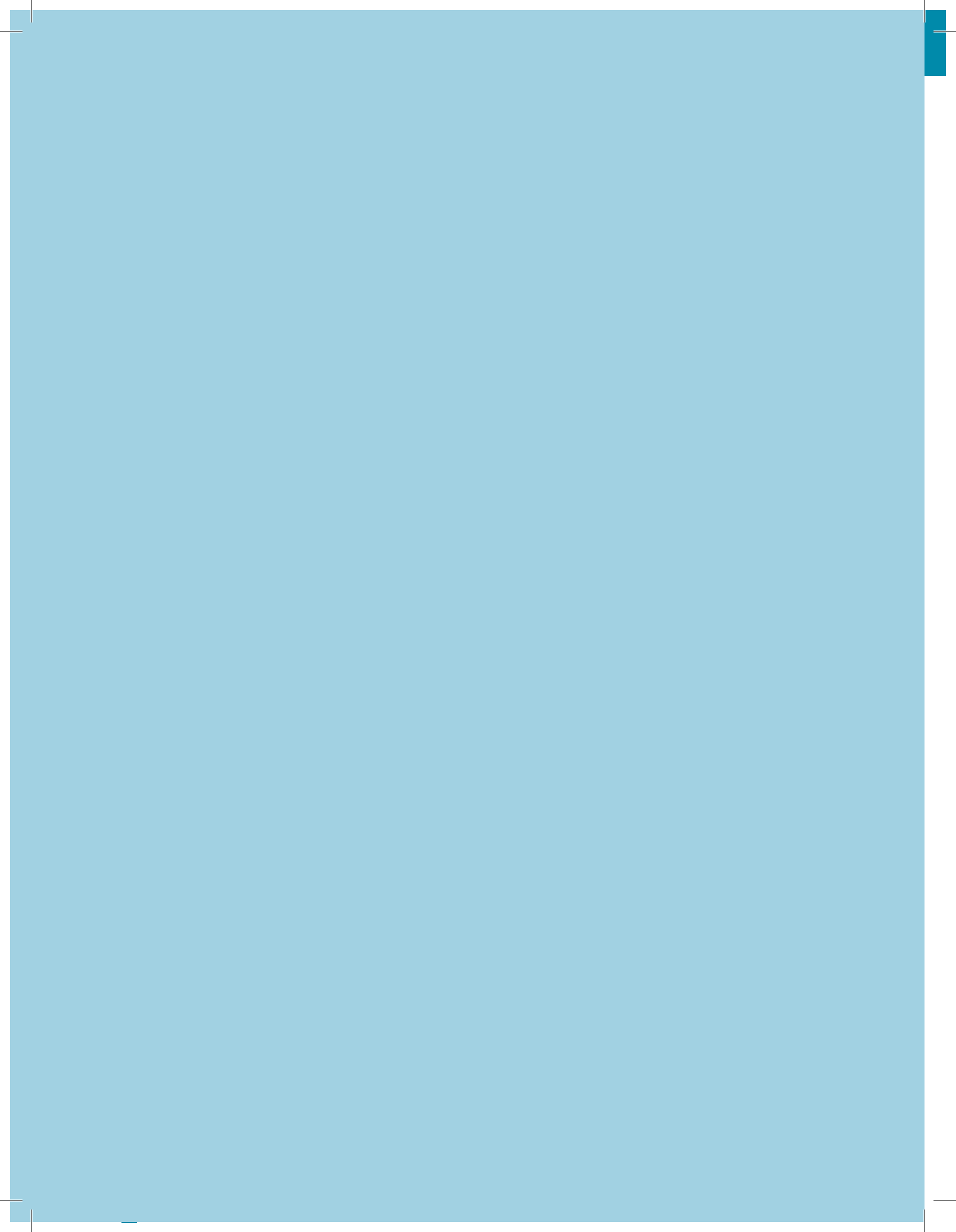
Os modelos da campanha, ou os porta-vozes, são os mesmos rapazes que foram envolvidos no projecto e na execução das actividades de campanha, incluindo a distribuição dos materiais de comunicação e organização da informação e das cabinas de venda do preservativo nas danças da comunidade. Estes rapazes eram das mesmas comunidades em que a campanha era activa e tornaram-se referência na comunidade, de alguma forma, celebridades locais. Deram “provas” a outros rapazes na comunidade que este tipo de atitudes e de comportamentos eram certamente possíveis. Ao mesmo tempo, a campanha envolveu também os músicos de rap que apresentaram mensagens durante seus concertos. A aprovação da campanha por estas celebridades ajudou trazer maior cobertura à campanha e reforçar o seu apelo entre os jovens rapazes.



Os cartazes da campanha Hora H aqui apresentados, contêm mensagens actuais sobre a equidade de género e os relacionamentos através de dois assuntos específicos: uso do preservativo e paternidade. O primeiro enfatiza a importância de escutar e de aceitar a decisão da parceira para usar um preservativo e o segundo descreve a necessidade de os rapazes que são pais assumirem a responsabilidade e partilhar a responsabilidade de cuidar.

O logo da campanha com a letra H verde (para homem) transformou-se numa marca poderosa da campanha e um estilo de vida “calmo” e de equidade de género é promovido. A camiseta que ostentou o logo transformou-se num produto popular entre rapazes na comunidade, destacando o efeito das estratégias do marketing comercial para atrair a atenção de rapazes jovens e mobilizá-los.

Para mais informação, visite o website de Promundo em: www.promundo.org.br



2.5 Feiras de Saúde sobre Género e HIV

Objectivos

1. Ajudar aos membros ou aos grupos da comunidade a planear uma feira de saúde sobre género, HIV e envolvimento masculino

Tempo

60 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 13: Feiras de Saúde da Comunidade para todos os participantes

Passos

1. Pergunte se algum dos participantes já organizou uma feira de saúde para atingir comunidades ou grupos. Explique que uma feira de saúde é um evento em que as pessoas podem obter informação sobre vários assuntos. Peça-lhes que compartilhem dessa experiência, incluindo o que funcionou e o que não funcionou. (Cinco minutos)
2. Peça que os participantes discutam os benefícios e os desafios de feiras de saúde. Escreva os seguintes benefícios e desafios se não forem mencionados depois de cinco minutos:

Benefícios

- Podem alcançar um grande número de pessoas
- Podem ser muito interactivas
- Pode requerer poucos recursos (dependendo dos suportes usados)
- Pode centrar-se em vários assuntos

Desafios

- Pode ser necessário fornecer refeições, cadeiras, prémios, que podem ser caros
 - Precisam ser interactivas e “divertidas” para prender a atenção das audiências
3. Distribua a Folha de Apoio 13: : Feiras de Saúde da Comunidade. Reveja os pontos-chave.
 4. Divida os participantes em dois grupos e peça que preparem uma feira de saúde com 7.500,00 Meticais. Cada um dos grupos deve concentrar-se num dos tópicos abaixo.

- Aumento do uso de Atendimento e Testagem Voluntária (ATV) pelos homens, de uso de Tratamento Anti-Retroviral (TARV) e do apoio para a Prevenção da Transmissão Vertical (PTV).
- Aumento do conhecimento sobre VBG (Violência Baseada no Género) e HIV

5. Depois que tiverem desenvolvido as suas ideias, pergunte-lhes o seguinte:

- ▶ Qual era a audiência?
- ▶ Como estava estruturada a feira da saúde?
- ▶ Que recursos públicos solicitaram ou usaram?
- ▶ De que outros recursos necessitaram?
- ▶ Como gastaram os fundos que lhes foram dados?
- ▶ Como se asseguraram de que as audiências participaram na feira de saúde e continuaram interessadas?

6. Resuma fazendo as seguintes perguntas:

- ▶ O que foi difícil na preparação das feiras de saúde?
- ▶ De que gostaram?
- ▶ Esta é uma das ferramentas que poderiam usar nos seus programas? De que maneira? De que forma seria útil?

Folha de Apoio 13: Feiras de Saúde da Comunidade

Ao projectar a feira de saúde, tenha em mente o seguinte:

1. Público

A identificação do seu público-alvo é a primeira etapa para assegurar que o desempenho das mensagens seja bem direccionado. Alguns tópicos podem ser apropriados para muitas audiências, enquanto outros poderão ser relevantes apenas para alguns. Por exemplo, focalizar em PTV não pode ser apropriado para crianças muito novas; se elas fizerem parte de suas audiências, assegure-se de que há outras actividades com mensagens que sejam mais relevantes para elas. É importante fazer perguntas como:

- ▶ Quem você quer alcançar? (grupos da igreja, rapazes jovens, raparigas jovens, fóruns políticos locais, grupos de senhoras, etc.)?
- ▶ Como você irá transmitir a informação-através de cabinas, de actividades, recursos públicos, etc.?
- ▶ Como você irá atrair as suas audiências à feira?
- ▶ Como você irá entreter as suas audiências?
- ▶ Que elementos interessantes a sua feira de saúde poderá empregar para envolver as audiências (inclua tantas actividades interactivas quantas forem possíveis)? Apresentações didácticas, por exemplo, não podem manter suas audiências interessadas. Tente algo divertido, actividades interactivas, tais como debates, concursos e competições musicais. Estes podem relacionar-se todos aos assuntos chave que você quer apresentar. Alternativamente, você pode incluir actividades interactivas que estejam relacionadas com as suas mensagens, como competições desportivas e encenações pelos artistas locais, mas mantenham as audiências interessadas e querendo participar na feira de saúde.

2. Tema/mensagem chave

É importante identificar os temas sobre os quais você gostaria de focalizar ao planear a sua feira de saúde. Limite-o a apenas algumas mensagens chave, de modo que as pessoas não fiquem sobrecarregadas. Um tema pode envolver homens na prevenção do HIV e as mensagens chave podem ser: 1. Acabar com a violência contra as mulheres. 2. Tomada de decisão comum sobre a saúde sexual e reprodutiva.

3. Preparação/Recursos Humanos

Diversos tipos de pessoas são necessários para montar uma feira de saúde:

- Uma ou mais pessoas para coordenar e assumir a responsabilidade total pelo evento: Esta pessoa ou as pessoas devem estar motivadas e serem capazes de trabalhar com outras para assegurar-se de que os planos para a feira da saúde continuam nos carris.

- Uma ou as mais pessoas expeditas na feira de saúde para sentarem-se nas “cabins” e responder a perguntas ou fornecer informação a todo o público. Por exemplo, você pode ter uma apresentação do professor sobre a prevenção do HIV ou de um médico sobre o tratamento de ARV. Assegure-se de que as suas apresentações são dinâmicas ou o público pode perder interesse.
- ▶ Vendedores de comida: Quem fornecerá as refeições e os lanches, se você decidir servir-lhes?
- ▶ Que entretenimento, se existir, você gostaria de apresentar na feira?

4. Recursos financeiros

Ao planear a sua feira, você necessitará identificar suas necessidades financeiras. Por exemplo, você pode necessitar de financiamento para alimentação, bebidas, cabinas, cartazes, prémios, etc.

2.6 Discussões em Grupo

Objectivos

1. Desenvolver as habilidades necessárias para conduzir discussões de grupo em torno do género e do HIV

Tempo

60 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 14: O Papel do Facilitador em Discussões de Grupo para todos os participantes

Passos

1. Explique que muitos programas usaram discussões participativas de grupo para gerar uma troca de ideias sobre o género e o HIV. As discussões do grupo são uma ferramenta útil porque são baratas e podem ocorrer em diferentes lugares e com grupos de pessoas diferentes.
2. Peça que os participantes compartilhem de todas as experiências que tiverem na facilitação ou participação em discussões de grupo. De que gostaram ou não gostaram?
3. Explique que nesta actividade, os participantes irão usar várias ferramentas para efectuar as discussões do grupo. Pergunte-lhes como eles começaram as discussões de grupo. Se não forem mencionadas, adicione as ideias abaixo:
 - Mostre vídeo ou filme que focaliza assuntos relacionadas ao género.
 - Peça-lhes que desenvolvam uma colagem de a partir de imagens de revistas, mostrando o que significa ser um homem e/ou uma mulher.
 - Compartilhe os materiais de IEC na prevenção do HIV com o grupo e peça-lhes então as suas opiniões.
 - Convide uma pessoa desembaraçada a falar sobre os assuntos relacionados ao HIV.
4. Divida os participantes em grupos de três. Peça que cada grupo escolha um facilitador. Gire os facilitadores a cada 10 minutos para dar a mais participantes a possibilidade praticar. O resto do grupo servirá como participantes. Os facilitadores podem conduzir a uma discussão em qualquer tópico relacionado ao HIV. Peça que sejam o mais criativo possível.
5. Passados 30 minutos, junte os participantes e discutam o seguinte:
 - ▶ O que os facilitadores fizeram bem? O que foi difícil para eles?
 - ▶ Que elementos criativos eles usaram?

- ▶ Que habilidades são importantes que um facilitador possua?
 - ▶ O que é importante ter em mente quando se planeiam discussões de grupo? Adicione o seguinte, se não for mencionado pelos participantes:
 - ▶ Tamanho e composição da audiência - incentiva a participação?
 - ▶ A localização da discussão - é confortável e segura o bastante para que os participantes compartilhem de seus pontos de vista?
 - ▶ O nível do conhecimento e de habilidades do facilitador – O facilitador consegue manter a discussão focalizada? Se a discussão for técnica, ele tem bastante conhecimento? Ele é capaz de prestar atenção a diferentes participantes ou permite que alguns dominem a conversação?
 - ▶ O interesse do grupo- está envolvido?
6. Entregue a Folha de Apoio 14: O Papel do Facilitador em Discussões do Grupo. Reveja-o com os participantes e pergunte-lhes se têm alguma pergunta.
 7. Peça sugestões aos participantes sobre como as discussões do grupo podem ser incorporadas em seu programa. Incentive-os a ser o mais específico possível.

Folha de Apoio 14: **O papel do Facilitator em** **Discussões de Grupo**

Planeia a reunião com antecedência e cria uma agenda

- Consulta os membros da EAC (Equipa da Acção da Comunidade) ou outras partes interessadas para o planeamento da reunião e para certificar-se de que os objectivos e a agenda estão claros
- Prepara materiais e distribui-os com antecedência (se apropriado)

Conduz o processo

- Ajuda com a criação do processo de modo a que a EAC possa produzir o conteúdo. Pede que os membros da EAC escolham o processo que será usado para as discussões do grupo (tais como de que forma querem tomar decisões)
- Em geral, o facilitador não deve contribuir para o conteúdo. Ou seja o conteúdo deve vir da EAC ou de outras fontes identificadas por eles.
- Tem uma consciência de onde o grupo está do ponto de vista energético e que processo lhes conduzirá à fase seguinte do seu trabalho

Incentive a participação

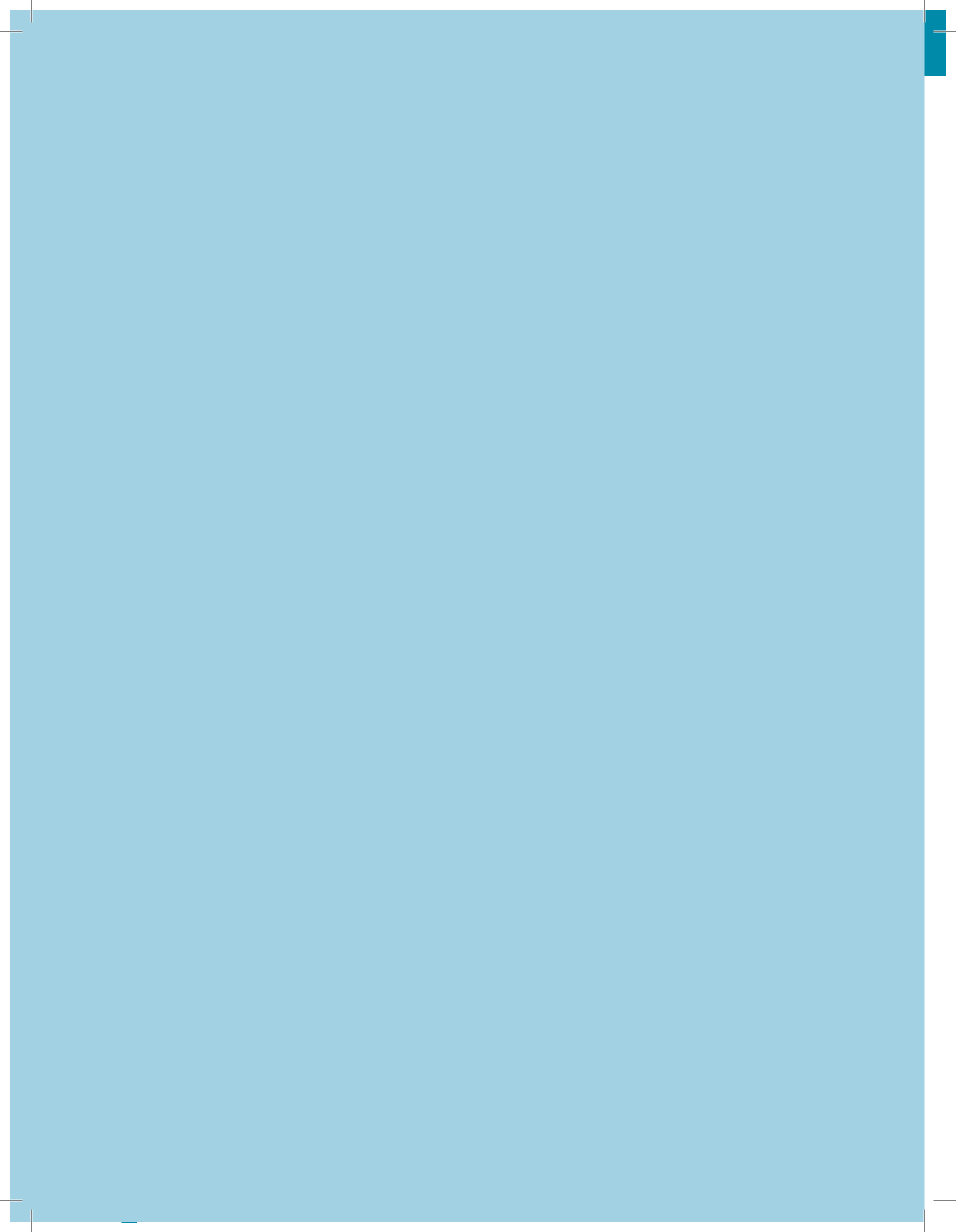
- Faz o contacto visual (onde é culturalmente apropriado) com todos
- Cria um ambiente seguro, especialmente para aqueles que tendem a participar menos ou têm menos poder no grupo
- Diversifica as formas em que as pessoas trabalham (reflexão individual, pares, grupos pequenos, grupo inteiro)

Ajuda ao grupo a tirar conclusões

- Guia cada discussão a um eventual desfecho
- Verifica possibilidades de acordo (consenso ou voto)
- Mantém-se a par de itens de acção e “junta vários” para abordar mais tarde
- Comemora as realizações da reunião
- Distribui notas ou decisões da reunião de forma apropriada

Presta atenção ao género e a outra dinâmica do grupo

- Pode sair da agenda e confrontar o grupo com atitudes contrárias à igualdade do género e relacionamentos baseados no respeito que podem emergir durante as discussões.
- Por vezes, pode ser mais benéfico discutir a problemática a, comentar ou agir fora da reunião em si.
- Deve ser resoluto ao tratar de comportamentos perturbadores, de manifesta falta de respeito, ou um outro qualquer em que os membros da EAC se podem sentir relutantes em participar.



2.7 Mesas Redondas

Objectivos

1. Envolver os participantes e seus convidados da comunidade numa actividade e numa discussão que inclua soluções propostas para assuntos e temas que aparecem neste manual

Tempo

140 minutos. (Esta actividade pode ocorrer em uma sessão longa, mas duas ou mais sessões são recomendadas, de modo que outros membros da comunidade, incluindo a família e os amigos dos participantes, possam igualmente ser envolvidos.)

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 15: Estudos de Caso Para Mesa Redonda para todos os participantes
- Opcional: cartazes, lápis de cor/canetas de feltro, gravador, suportes da apresentação.

Preparação Prévia

Para esta actividade, os participantes irão encenar uma conversa focalizada num problema da sua comunidade. Adicionalmente, para atribuir personagens aos participantes nos seus papéis na Mesa Redonda o facilitador pode resolver trazer um verdadeiro “especialista” – médico, advogado, psicólogo ou outro perito que possa oferecer aconselhamento no debate. É essencial que, de forma resumida, o especialista seja posto ao corrente dos objectivos da formação e da Mesa Redonda antes da sessão.

Passos

Parte 1: Preparação da Mesa Redonda (90 minutos)

1. Pergunte aos presentes se alguma vez viram uma Mesa Redonda e discutir os aspectos positivos e os negativos da encenação de uma Mesa Redonda.
2. Explique aos participantes que irão produzir uma Mesa Redonda, durante o qual um assunto da comunidade é abordado e soluções possíveis são propostas.
3. Reveja os vários assuntos que foram discutidos nas acções de formação.
4. Entregue a Folha de Apoio 15 e peça que alguns participantes leiam alto os estudos de caso da folha de apoio.
5. Pergunte aos participantes se querem votar sobre um dos estudos de caso da folha de apoio para ser usado como tema da Mesa Redonda, ou se preferem um estudo de caso de uma formação anterior, ou ainda, se querem criar eles mesmos um estudo de caso.
6. Depois que um estudo de caso tiver sido seleccionado, faça uma tempestade de ideias de todos os assuntos e das soluções potenciais.

7. Reveja o formato geral dos mesa redonda, usando exemplos da televisão.
8. Faça uma lista dos “personagens possíveis” para aparecerem na Mesa Redonda. Por exemplo, se o grupo seleccionar o estudo de caso n.º 1, poderão incluir: Maria, José, um dos amigos de Maria, um dos amigos de José, uma outra mulher nova e/ou homem novo que tenha experimentado uma situação similar, uma enfermeira ou um médico e um membro da família. Deve haver entre três e seis personagens.
9. Divida os participantes no mesmo número de grupos que o dos personagens e atribua cada grupo um dos personagens. Mande-os discutir a perspectiva do seu personagem sobre o assunto, bem como o seu relacionamento com os outros personagens.
10. Conceda-lhes 20 minutos para que possam discutir as seguintes perguntas:
 - ▶ Como é que o personagem é afectado pelo assunto?
 - ▶ Como se sente o personagem em relação aos outros personagens presentes na Mesa Redonda?
 - ▶ Como o personagem pensa que o assunto deve ser resolvido?
11. Convide os grupos apresentar o que estiveram a discutir
12. Atribua papéis aos personagens e apresente os anfitriões da Mesa Redonda (veja embaixo o texto em caixa – Dicas para realizar uma Mesa Redonda) aos participantes. Os restantes participantes farão o papel de público assistente. O facilitador pode também sugerir personagens secundários, tais como câmara man ou produtor aos participantes que estejam apreensivos em relação a aparecer na produção, ou se o tamanho do grupo for grande.
13. Reserve 15 minutos para que os participantes se possam preparar para os seus papéis e recomenda-se uma encenação de 20 a 30 minutos. Os participantes que fazem o papel de membros da audiência devem preparar possíveis perguntas para os personagens. **NOTA:** Se a Mesa Redonda for para ser apresentado em uma sessão separada, o facilitador pode estender este tempo para incentivar os participantes “ensaie” a Mesa Redonda na sua totalidade. O facilitador e os participantes devem também efectuar uma tempestade de ideias sobre o “especialista” que deve ser convidado a Mesa Redonda.

Parte 2: Apresentando a Mesa Redonda (50 minutos)

1. Deixe que os grupos apresentem a Mesa Redonda e o resto dos participantes fingem ser membros da audiência (ou da comunidade em que a Mesa Redonda seria apresentado).
2. Depois da apresentação da Mesa Redonda, o facilitador deve conduzir uma discussão sobre como a experiência de organizar e de apresentar uma Mesa Redonda pode ajudar aos participantes fazer mudanças nas suas vidas e comunidades. Explique algumas das dicas seguintes para a existência de um anfitrião de Mesa Redonda:

Dicas para realizar uma Mesa Redonda

- Dê as boas-vindas ao público assistente e introduza momentaneamente o tema da conversa.
- Apresente os convidados (personagens) e peça a cada um para dar a sua perspectiva.
- Focalize nos pontos de desacordo e de tensão entre os convidados.
- Envolver os outros convidados (amigos, membros da família, etc.) pedindo suas opiniões sobre a situação.
- Solicite perguntas do público.
- Envolver o “especialista” na discussão.
- Tente encontrar algum tipo de definição, talvez com a ajuda do especialista.

3. (OPCIONAL) envolva os membros da comunidade a participar na Mesa Redonda. Isto pode requerer sessões adicionais do ensaio. Os estudantes devem dizer a família e amigos sobre a encenação em perspectiva e colocar anúncios na comunidade informando sobre o tópico, a data e o lugar. Antes da realização da verdadeira Mesa Redonda, o facilitador irá explicar ao público como o tema foi seleccionado e porque. É também importante deixar claro que se trata de uma encenação de amadores e que os participantes nunca representaram antes.
4. Mais tarde, envolva os participantes (ou a comunidade) fazendo as seguintes perguntas:
 - ▶ O que vocês pensam dos vários personagens?
 - ▶ Vocês concordam que este problema existe na comunidade? Quais são as causas?
 - ▶ Esta apresentação ajudou-lhe a pensar sobre o problema de uma maneira nova? Se sim, como?
 - ▶ Quais são algumas soluções para este problema?
 - ▶ Como é que as pessoas da comunidade podem participar nestas soluções?
5. No fechamento, enfatize que há muitos assuntos que habitualmente não são discutidos num fórum comunitário amplo. Esta Mesa Redonda ajuda os participantes a envolverem-se, encorajando-os a aumentar a sua consciência sobre um tema importante. O grupo pode decidir-se sobre etapas subsequentes e a forma de prosseguir com isso.

Folha de Apoio 15: Estudos de Caso Para Mesa Redonda

Estudo de Caso N.º 1

Maria e João têm ambos 17 anos e namoram há um mês. Eles falam sobre poderem vir a casar um dia. Na semana passada foram juntos a uma festa e terminaram fazendo sexo sem protecção contra ITS's ou a gravidez. Maria lamenta não terem usado protecção e sente que João convenceu-a a isso. Ela gostaria de saber o que poderia ter feito de forma diferente. João não sabe por que Maria não retorna as suas chamadas telefónicas.

Estudo de Caso N.º 2

Júlia acaba de arranjar emprego como vendedora numa loja de roupa. A sua supervisora fez comentários sobre a necessidade de ela arranjar o seu cabelo e perder um par de quilos porque seus clientes preferem ser atendidos por mulheres "elegantes e bonitas". Júlia ignorou-a no início, mas aí a sua supervisora ameaçou despedi-la se ela não obedecesse. Alguns de seus amigos concordam com a sua supervisora, mas outros pensam que sua sugestão é absurda. Júlia considera-se elegante e bonita, mas não quer perder o seu emprego.

Estudo de Caso N.º 3

A Ana tem 21 anos de idade e vem de uma cidade pequena. O ano passado, conheceu um rapaz da capital de seu país que se tornou seu namorado, durante a visita de três semanas que ele efectuou à pequena cidade. Não contou à sua família sobre ele. Embora fosse um bocado mais velho do que ela, aceitou sair com ele, particularmente porque o seu estilo de vida extravagante significou para ela ir a lugares agradáveis e comprar-lhe coisas caras. No fim de sua visita, convenceu-a ir viver com ele na sua casa da cidade grande. Uma vez chegados lá, ele tornou-se imediatamente demasiado controlador e por vezes agressivo física e verbalmente. Ela sentiu muito isolada, sem nenhuns amigos ou familiares e deslocada na cidade grande.

2.8 Marchas/Corridas Ligadas ao Género e HIV

Objectivos

1. Desenvolver habilidades necessárias para organizar uma marcha ou comício para mobilizar as comunidades para tomarem medidas sobre género, HIV e envolvimento masculino

Tempo

30 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 16: Marchas ou Comícios para todos os participantes

Passos

1. Pergunte aos participantes se alguns deles já organizaram uma marcha ou um comício para mobilizar comunidades ou grupos. Explique que marcha ou comício é um evento em que os organizadores podem informar e motivar comunidades inteiras para tomada de medidas sobre vários assuntos. Peça que compartilhem de suas experiências, incluindo o que funcionou e o que não funcionou. (Cinco minutos)

Peça que os participantes discutam os pontos fortes e os desafios das marchas ou dos comícios. Se o seguinte não for mencionado após cinco minutos, adicione-o à lista:

Benefícios

- Pode alcançar um grande número de pessoas
- Pode motivar os participantes
- Pode ter baixo custo se for feito por voluntários ou se a marcha for “inserida” dentro de um outro evento
- Pode ajudar a uma comunidade a “responder” aos desafios de uma crise (por exemplo, dando oportunidade de as pessoas darem larga à sua raiva ou manifestar o seu apoio)

Desafios

- Requer frequentemente permissão das autoridades locais, o que pode levar tempo
 - É dependente do tempo (chuva, frio,...)
 - Pode ter custos elevados - se sistemas de som caros forem requeridos
2. Distribua a Folha de Apoio 16: Marchas e Comícios aos participantes. Reveja os seus pontos chave.

3. Divida os participantes em três grupos, cada um responsável pelo planeamento de uma parte da marcha ou comício.

Grupo 1: Tema e mensagens da marcha ou rally

Grupo 2: Preparação necessária para assegurar o sucesso do evento

Grupo 3 : Recursos necessários para um evento bem-sucedido

4. Uma vez que os grupos tenham desenvolvido as suas ideias, peça a cada um para partilhar as suas descobertas. Peça aos outros grupos ideias adicionais.

5. Conclua, fazendo as seguintes perguntas:

- ▶ O que foi difícil na preparação de marchas e comícios?
- ▶ De que foi que eles gostaram na preparação de marchas ou comícios?
- ▶ Esta é uma ferramenta que poderão usar nos seus programas? De que forma?

Folha de Apoio 16: Marchas ou Comícios

Ao organizar uma marcha ou comício tenha em mente o seguinte:

1. Tema/mensagem chave

É importante identificar os temas da sua marcha ou comício e focalizá-los apenas em algumas mensagens chave para que as pessoas não sejam sobrecarregadas. As Marchas ou Comícios funcionam melhor quando planeados para um dia particular (por exemplo, Dia do Pai; Dia Nacional de TARV; Dia Mundial do SIDA) e podem ajudar pessoas e comunidades a responder a um evento horroroso. Por exemplo, se for cometido um acto violento em uma comunidade, uma marcha ou um comício podem ajudar os residentes a “recuperar” o espaço negativo. Lembre que estes temas são melhores se você os mantiver curtos e simples.

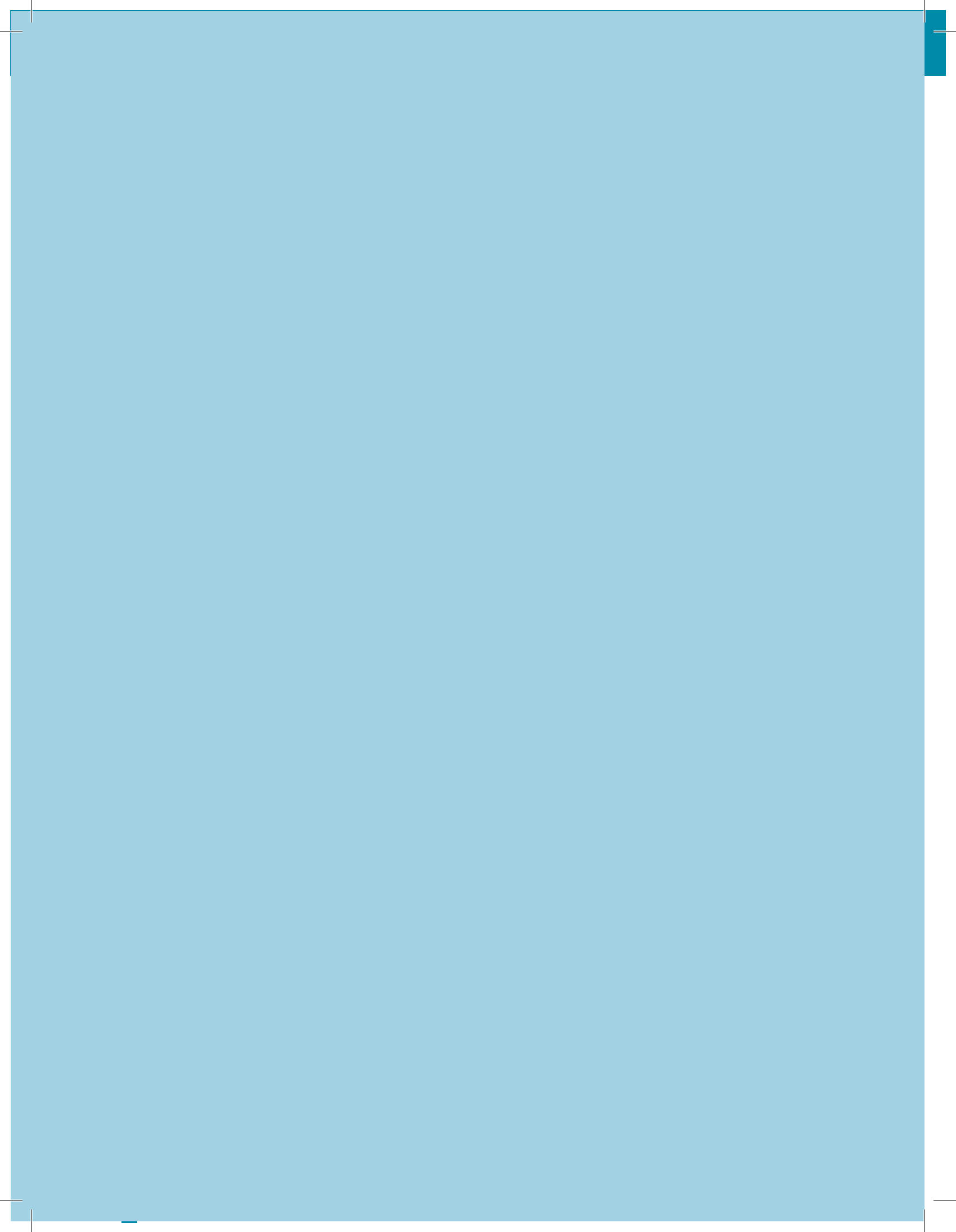
2. Preparação/Recursos humanos

Você necessitará de uma série de pessoas para planear e realizar uma marcha ou comício:

- Um ou mais pessoas para coordenar e assumir a responsabilidade total pelo evento. Esta pessoa ou pessoas devem estar motivadas e habilitadas a trabalhar com outras, para assegurar que os planos da marcha ou comício permaneçam nos carris
- Uma ou mais pessoas para animar a multidão antes da marcha ou comício e para defender o assunto no fim. Pessoas bem conhecidas na comunidade são melhores, mas pessoas dinâmicas, motivadas, é tudo o que é preciso.
- Entretenimento no comício. Um bom sistema de abordagem pública (AP) é necessário para atrair a multidão. Contratar músicos ao vivo é melhor, mas tocar música gravada pode bastar.
- Você necessitará verificar com as autoridades locais, tais como a polícia sobre as autorizações necessárias para efectuar uma marcha ou comício. Envolver as polícias pode resultar apoio no dia, o que pode ser útil para atrair a multidão também.
- O apoio e a participação de membros da comunidade são necessários para o sucesso do evento. Não há nada pior do que um comício ou marcha e ter somente cinco pessoas envergonhadas.
- Os meios de comunicação são também importantes para ajudar a publicitar o evento antes de acontecer e reportar o facto com um impacto maior.

3. Recursos Financeiros

Ao planear a sua marcha ou comício, você necessitará identificar suas necessidades e recursos financeiros. Por exemplo, você pode necessitar financiar um sistema de AP, um palco, comida, bebidas, desporto, ou prémios.



2.9 Alcançando Homens Através do Desporto

Objectivos

1. Identificar métodos de usar o desporto para alcançar homens e a comunidade

Tempo

90 minutos

Materiais

- Papel
- Canetas
- Marcadores
- Flipchart
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 17: Prevenção e Género por Meio do Desporto para todos os participantes

Passos

1. Explique aos participantes que os desportos podem ser usados de várias maneiras para comunicar mensagens e envolver pessoas em actividades educacionais ou informativas. Os desportos oferecem um amplo alcance, especialmente quando dirigidas aos públicos masculino e jovem, torna-se um poderoso veículo de advocacia e de mudança social em relação ao Género, HIV e o SIDA.

Discussão:

- ▶ Há na sua comunidade projectos que usam o desporto para promover a saúde ou o desenvolvimento social?
 - ▶ O que vocês pensam desses projectos?
 - ▶ O que vocês pensam dos desportos como uma maneira efectuar a mudança social?
2. Facilite uma discussão sobre desportos e género. Peça que os participantes nomeiem as figuras dos desportistas que sejam modelos para os homens nas suas comunidades/país. De que forma estes modelos positivos ou negativos? Faça uma tempestade de ideias de como estes modelos dos desportos, em geral, podem reforçar normas negativas de género. Peça que os participantes alistem as formas em que os desportos podem ser usados para reforçar valores positivos, incluindo papéis positivos de género.
 3. Divida os participantes em grupos e peça que revejam a Folha de Apoio 17: Prevenção e Género por Meio do Desporto. Dê aos grupos 10 minutos para fazer uma tempestade de ideias sobre alguns exemplos de como usar actividades desportivas para a promoção da equidade de género, prevenção do HIV/SIDA e da violência. Peça que alistem algumas das suas ideias no flipchart.
 4. Peça que os grupos seleccionem uma ideia do flipchart, considerem seus prós e contras, recursos necessários e actividades desportivas que irão realizar. Reserve 20 minutos.

5. Conceda 40 minutos aos grupos para desenvolverem um plano para a actividade seleccionada. Isto deve incluir identificar beneficiários directos, tais como os jogadores e indirecto, como os espectadores ou os pares. Devem também pensar sobre quem irão envolver na execução das actividades (por exemplo, treinadores, pares, formadores, ou facilitadores) e como o envolvimento masculino será incluído dentro do evento ou da actividade.
6. Convide os grupos a apresentarem os seus planos para as actividades desportivas para o envolvimento masculino. A seguir às apresentações, o facilitador pode orientar uma discussão sobre a utilidade desta aproximação e sumariar as dificuldades e os benefícios que os grupos encontraram no trabalho com desportos.

Folha de Apoio 17: Prevenção e Género por Meio do Desporto

Em todo o mundo, desportos são populares entre homens e podem servir como um meio poderoso e de longo alcance para envolver os homens nas actividades e nas mensagens relacionadas à equidade de género e à prevenção do HIV/SIDA. Ao mesmo tempo, usar os desportos como uma forma de comunicação requer uma cuidadosa manipulação.²⁸ Muitos desportos enfatizam agressividade ou a competitividade masculina; é importante que as campanhas ou outras estratégias de comunicação não reforcem estas qualidades, mas enfatizar melhor a cooperação e o respeito.

Existe uma variedade de formas de utilizar os desportos para o envolvimento masculino – para atrair rapazes jovens a participar em treinamentos educacionais ou serviços para integrar informação da prevenção do HIV/ SIDA e mensagens relacionadas com actividades desportivas. Esta última forma pode incluir a listagem do papel jogado pela modalidades desportivas influentes para falar durante meia hora sobre a prevenção do HIV/SIDA e de formas positivas e equitativas de ser homem, bem como distribuir materiais sobre a equidade de género e HIV/SIDA em eventos desportivos e recrutar treinadores e/ ou figuras desportivas para servirem como educadores de pares para outros membros da equipa e/ou comunidade. Treinadores podem ser aliados poderosos quando se trata de instruir rapazes jovens sobre a prevenção do HIV/SIDA e fazê-los reflectir sobre género, quer por meio de lições formais ou comunicações informais.²⁹

Um Guião de Prevenção da Violência para Treinadores de Futebol

O Fundo de Prevenção da Violência Familiar criou um guião para trabalhar com treinadores de futebol para prevenir violência entre os homens. Parte do trabalho inclui uma estratégia chamada Momentos Ensináveis, oportunidades no campo e fora quando treinadores podem intervir e ensinar princípios da não violência e do respeito pelos outros. Isto pode acontecer quando uma luta rompe entre membros de equipa, jogadores faz comentários baixos sobre uma mulher nas bancadas, ou uma figura famosa do desporto é julgada por um acto violento. O guião fornece pontos para discussão e estratégias de intervenção para lidar com estes diferentes assuntos.

O guião completo está disponível em: http://www.unicef.org/southafrica/SAF_resources_boysllmen.pdf

²⁸ Cohen, S, Burger, M. 2000. Partnering: a new approach to sexual and reproductive health. New York: UNFPA.

²⁹ Interagency Gender Working Group IGWG. 2003. Reaching Men to Improve Reproductive Health for All Implementation Guide.

Desportos e Género: Principal Corrente de Género em Projectos Desportivos

Este documento elaborado pela Agência Suíça para a Cooperação e Desenvolvimento dá algumas recomendações para trabalhar com género usando desportos. O documento examina também como o género influencia e é também influenciado pelos desportos.

<http://www.sportanddev.org/data/document/document/210.pdf>

Desportos para Rede de Mudança Social

O DRMS é uma iniciativa global criada há quatro anos que usa os desportos para a mudança social. O objectivo geral do DRMS é promover o uso dos desportos como ponto de entrada em comunidades locais para abordar as causas subjacentes à pobreza, e como um veículo para mudança social durável e eficaz. O DRMS conseguirá isso construindo capacidade de organizações locais; aumentando o número de programas baseados no desporto; de programas de desenvolvimento da comunidade; contribuindo para o crescimento de evidências que mostram como os desportos podem ser usados eficazmente no desenvolvimento e finalmente, fornecendo financiamento para o desenvolvimento do sector, o que demonstra o valor dos desportos no desenvolvimento.

<http://www.sportanddev.org/en/initiatives-and-networks/sport-for-social-change-network-sscn/index.htm>

Fazendo Recuar o SIDA!

Fazendo recuar o SIDA! promove o uso dos desportos como uma ferramenta para o desenvolvimento.

O programa constrói a consciência sobre HIV/SIDA através de jogos educativos e de actividades físicas que incentivam os jovens rapazes a discutir assuntos que afectam as suas vidas e comunidades. Os programas executados por organizações membro, integram habilidades do desporto e habilidades da vida através do movimento, jogos, representação de papéis e outras actividades culturais e recreativas. Importante para o sucesso é a capacidade de construção. Fazendo recuar o SIDA! desenvolve programas para treinar treinadores, instrutores e líderes, construindo capacidade no nível individual, organizacional e da comunidade.

<http://www.kickingaidsout.net/>

Direito de Jogar

Direito de Jogar é uma organização humanitária internacional que usa programas desportivos para melhorar a saúde, desenvolver habilidades de vida e promover a paz para crianças e comunidades em algumas das áreas mais desfavorecidas do mundo. Trabalhando no contexto humanitário e de desenvolvimento, Direito de Jogar forma líderes locais da comunidade como treinadores para entregar nossos programas em mais de 20 países afectados pela guerra, pobreza e doenças, em África, na Ásia e no Médio Oriente.

<http://www.righttoplay.com>

2.10 Visitas Porta-a-Porta

Objectivos

1. Munir os participantes de capacidades para efectuar visitas de sensibilização porta-a-porta nas suas comunidades

Tempo

60 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores

Passos

1. Pergunte se qualquer um no grupo tem experiência em fazer visitas porta-a-porta (para vender um produto, colher assinaturas, etc.). Pergunte-lhes como foi essa experiência e como se prepararam para ela.
2. Peça que os participantes discutam os pontos fortes e os desafios de visitas porta-a-porta. Se não for mencionado, passados cinco minutos, adicione à lista o seguinte:

Benefícios

- Ambiente confortável e familiar para os participantes
- Conveniente para os participantes
- Uma oportunidade de falar aos homens e às suas parceiras

Desafios

- Os participantes podem ser distraídos pelos outros nas casas (isto é crianças, telefone, televisão)
 - Os Participantes podem ter receio de convidar alguém à sua casa.
 - Educadores de pares devem ter alguma formação antes de saírem para a comunidade
3. As visitas Porta-a-porta podem ser uma maneira barata de alcançar pessoas na comunidade. Discuta os efeitos positivos de uma comunicação interpessoal para a mudança do comportamento e as vantagens de como falar sobre o género ou a prevenção do HIV com alguém que visita a casa pode fornecer, aos membros de comunidade, informação que de outra maneira poderiam ser incapazes de aceder. Também, alguns membros da comunidade podem sentir-se mais confortáveis de falar sobre estes assuntos em suas casas do que em locais públicos.

4. É importante que o grupo e os educadores de pares determinem que áreas e pessoas em suas comunidades seriam os mais receptivos à informação transmitida numa visita porta-a-porta. É também importante considerar a melhor hora para as visitas. Por exemplo, se visar rapazes jovens, um educador de pares deve identificar quando é mais prováveis os rapazes estarem em casa. O educador necessita também pensar se as visitas porta-a-porta são melhor feitas sozinho ou com um acompanhante. Finalmente, os educadores devem discutir estratégias para lidar com os membros hostis da comunidade, que não querem escutar ou que discordam com as mensagens; é melhor considerar a possibilidade de uma situação negativa antes de encontrá-la.
5. Peça dois pares de voluntários e dois grupos de quatro a cinco voluntários. Leve os dois pares para fora da sala e diga-lhes que irão simular uma visita de porta-a-porta. Os dois grupos de quatro a cinco voluntários farão o papel de famílias: um grupo será uma família amigável que escuta e a outra será uma família hostil com pouco tempo. Um par será atribuído à família amigável e o outro à família hostil. Peça que os voluntários o façam de forma tão realística quanto possível. Dê aos dois grupos de 4-5 voluntários e aos dois pares, 10 minutos para se prepararem e cinco minutos para cada simulação.
6. Depois que ambos os grupos terminarem as simulações, pergunte-lhes como conduzir as visitas porta-a-porta. Quais foram os desafios?
7. Volte a juntá-los no grupo grande. Peça ao grupo ideias de como lidar com casas receptivas e não receptivas. Examine o que eles pensam ser necessário para se preparar para uma visita porta-a-porta e registre as ideias num flipchart. Se nenhum deles mencionar, sugira a criação de guiões para a visita porta-a-porta com ideias de como lidar com casas receptivas e com as não receptivas. Sublinhe a importância de praticar para ambos os cenários. Outras estratégias incluem: reprogramar outro momento para a visita e pedir que se comprometa a participar num evento ligado à sua organização.

2.11 Discussão Um-a-Um/Sensibilização de Pares

Objectivos

1. Discutir estratégias para alcançar os homens através da sensibilização

Tempo

30 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores

Notas do Facilitador

Ao efectuar esta actividade é importante enfatizar o seguinte: a transformação da norma masculina do género envolve mudanças culturais profundas, concentrando-se em questionar normas actuais e/ou prejudiciais ao género. Certamente, tal transformação leva tempo. Entretanto, discussões um-a-um entre amigos e parentes são frequentemente a forma de intervenção mais bem sucedida em alcançar homens. Assim, é vital ter os agentes da mudança da comunidade a trabalhar com os homens através de abordagens sociais informais. Por exemplo, falar aos homens em casamentos, funerais, bares e campos de desportos tem sido uma estratégia muito eficaz e está ganhando impulso para movimentar a comunidade.

Passos

1. Comece pedindo que o grupo faça uma tempestade de ideias sobre os locais de concentração dos homens na sua comunidade. Registe os locais e adicione o seguinte, se não for mencionado:
 - Locais de Trabalho
 - Escolas
 - Clubes de Juventude
 - Clubes Desportivos/Grupos
 - Casamentos/Clubos
 - Mercados
 - Barras/Clubos/Círculos do Chá
2. Depois que a lista tiver sido gerada, pergunte se algum dos membros do grupo já tinha tido experiência de condução de programas de sensibilização de pares aos homens/rapazes em tais locais. Pergunte àqueles que já tenham conduzido uma sensibilização de pares para partilhar de suas experiências, destacando algumas estratégias que usaram para alcançar os homens.

3. Em seguida, peça que os participantes encontrem um parceiro e com ele discuta as estratégias que seriam eficazes em alcançar homens em tais lugares.
4. Depois de 10 minutos, vá de uma equipa à outra, pedindo a cada uma estratégia que tenha desenvolvido e que não tenha ainda sido mencionada. Depois de listar todas as estratégias, faça as seguintes perguntas ao grupo:
 - ▶ Vocês acham que sensibilização de pares é uma maneira eficaz de alcançar homens? Porquê?
 - ▶ O que vocês aprenderam deste exercício?

2.12 Plano de Acção

Objectivos

1. Desenvolver um plano de acção para alcançar homens através do grupo de educação
2. Identificar as organizações com as quais se ligar a fim de potenciar o trabalho com homens

Tempo

90 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 18: O Modelo Ecológico e Folha de Apoio 19: Informação Detalhada da Actividade (Você deve fazer pelo menos duas cópias da Folha de Apoio 19 para cada participante.)

Passos

1. Explique que você gostaria de focalizar em como as ferramentas e as lições chave do treinamento podem tornar-se uma acção concreta.
2. Distribua A Folha de Apoio 18: O Modelo Ecológico. Se houver mais de um participante da mesma organização, peça que trabalhem juntos. Uma vez que muitas das organizações que participam no treinamento estão já a trabalhar com homens, peça-lhe que anotem tal trabalho no Modelo Ecológico, na coluna de actividades existentes. Para uma possível extensão, devem separar as actividades de acordo com os diferentes níveis do Modelo Ecológico. Se alguma actividade ou programa se ajustar a mais de um nível, pode ser adicionada a um dos níveis ou a todos em que couber. Lembre-os de que é muito bom se não tiverem actividades para todos os níveis. Peça aos participantes que não estejam de momento a realizar actividades com homens a pensar sobre o tipo de actividades com homens, a que gostariam de se dedicar. Reserve 20 minutos para isso.
3. Uma vez que este treinamento foi focalizado nos níveis educacionais e de grupo dos indivíduos, peça que os participantes que prestem atenção aos dois níveis no Modelo Ecológico. Distribua a Folha de Apoio 19: Informação Detalhada da Actividade. Para cada nível, devem anotar todas as etapas necessárias para realizar a actividade. Devem indicar quem na sua organização realizará cada etapa, o prazo para a conclusão do trabalho, os recursos requeridos e as outras organizações com as quais podem trabalhar. Reserve 30 a 40 minutos para o efeito.
4. Chame todos os participantes de volta ao grupo maior e peça cada um para apresentar o Modelo Ecológico que focaliza as actividades planeadas.

Folha de Apoio 18: O Modelo Ecológico

	ACTIVIDADES EXISTENTES	NOVAS ACTIVIDADES	QUEM? Pessoa ou organizaçãon	O QUE SERÁ NECESSÁRIO? (técnico, humano e financeiro)
1. Reforçando conhecimentos e habilidades <u>Individuais</u>				
2. Criando as estruturas de suporte de <u>Pares</u> e da <u>Família</u>				
3. Educando os <u>Trabalhadores da Saúde</u>				
4. Mobilizando os <u>Membros da Comunidade</u>				
5. Mudando as Práticas <u>Organizacionais</u>				
6. Influenciando a Política Legislativa ao Nível <u>Societal</u>				

Folha de Apoio 19: Informação Detalhada da Actividade

Nível: Reforçando Conhecimentos Individuais e Capacidades

Actividade	Grupo Alvo (exemplo: idade, localização geográfica)	Etapas	Por Quem	Para Quando	Recursos Necessários	Ligações com Outras Organizações



3. Actividades para o Desenvolvimento de Equipas de Acção Comunitária (EAC)

Esta secção foi projectada para os indivíduos interessados em ajudar na formação de uma “equipa de acção comunidade” ou EAC. Visa ajudar os facilitadores a organizar indivíduos à tomada de acção nas suas comunidades. Depois que um grupo de pessoas manifeste interesse, o facilitador deve chamá-las em conjunto e começar a organizar um EAC. Isto pode levar tempo. As seguintes sessões podem ajudar a dar início à criação de EAC:

3.1 Equipas de Acção Comunitária

Objectivos

1. Desenvolver as habilidades para identificar e mobilizar equipas de acção comunitárias

Tempo

60 minutos

Materiais

- Cópias suficientes das Folha de Apoio 20: Uma Maneira de Começar e Folha de Apoio 21: Perguntas Mais Frequentes Sobre EACs para todos os participantes

Passos

1. Entregue aos participantes a Folha de Apoio 20: Uma Maneira de Começar. Peça que os participantes leiam em voz alta o estudo de caso.
2. Discuta as seguintes questões com os participantes:
 - ▶ O que vocês acham que motivou os homens nesta história para se juntarem a uma equipa de acção comunitária (EAC)?
 - ▶ O que motivaria as pessoas em sua comunidade a juntar-se a uma EAC?
 - ▶ Nesta história, os homens discutem a tensão entre uma abordagem inclusiva e empoderadora para planear uma EAC, em relação a uma abordagem que possa ser mais rápida. Quais são os prós e os contras de cada aproximação? Como você faria isso na criação da sua EAC?
3. Explique que quando os participantes começam a envolver e a alcançar membros da comunidade – incluindo os homens – em assuntos relativos ao envolvimento masculino e HIV, muitos expressam interesse em envolver-se. Uma forma de começar a envolver pessoas é através das equipas de acção comunitária. Faça aos participantes as seguintes perguntas:
 - ▶ Quais podem ser alguns dos benefícios de estabelecer uma estratégia de EAC?
 - ▶ O que a EAC pode fazer?
4. Entregue a Folha de Apoio 21: Perguntas Mais Frequentes Sobre EACs.

Folha de Apoio 20: Conversa Sobre Começar

Thabo e Mfa encontraram-se com os seus amigos Alexander e Príncipe no Homens Como Parceiros (HCP) na celebração do Dia Internacional das Mulheres. Sentados do lado de fora do Centro Comunitário, durante intervalo do almoço, os quatro começaram a falar sobre um dos oradores, que descreveu as incorrecções/lacunas na política do sistema legal em resposta à violência sexual.

Mfa: “Ela deu-o realmente à polícia, não?”

Prince: “Oh sim. As polícias realmente têm que fazer mais do que só falar sobre as novas leis de violação. Uma menina na minha vizinhança que foi violada por três homens e a polícia não fez nada mais do que registar a sua queixa. Nenhuma investigação, nenhuma ajuda para chegar a uma clínica, nada. Ficaram apenas a ouvi-la como se estivesse a contar que alguém roubou o rádio dela, como se perguntassem, ‘o que você espera que eu faça?’”

Alexander: “O que eu quero saber é, o que nós podemos fazer em relação a isso? Não poderíamos fazer uma marcha dos homens até ao posto da polícia ou algo parecido?”

Thabo: “Realmente, Mfa e eu estamos a formar uma Equipa de Acção Comunitária, como o que você está dizendo. Vocês os dois estiveram no treinamento do HCP? Nós queremos organizar alguns homens para fazer algo sobre a violação e a agressão sexual. Vocês sabem que temos estas leis novas o Parlamento aprovou, mas tanto quanto eu posso ver, não muito mudou nos subúrbios.”

Alexander: “É verdade, meu amigo. Minha irmã diz que muitas das suas amigas foram violadas. Elas têm medo até de sair para ir aos eventos da comunidade, a menos que haja muitas raparigas juntas que olhem umas pelas outras.”

Prince: “Nós agora somos a vanguarda. Temos formação. Precisamos apenas de juntar alguns rapazes jovens e dizer-lhes, nós vamos marchar até ao Posto da Polícia.”

Alexander: “Sim! Nós poderíamos juntá-los muito rapidamente. Precisamos de alguns principiantes para fazeres panfletos e distribuí-los para nós. E a Polícia ficaria muito surpreendida de ver uma grande marcha de homens estrada acima rua, falando sobre o género, a violação e esse tipo de coisas!”

Mfa: “Eu gosto do que você está a dizer, mas eu penso que precisamos de organizar a EAC de uma maneira um pouco diferente. A EAC não é nós dizermos às outras pessoas o que elas precisam de fazer, mesmo assim se assim pode gerar resultados rápidos. A EAC é um grupo de pessoas que decidem em conjunto como responder à situação.”

- Prince:** “Talvez sim - mas a situação é muito urgente. Eu não sei se podemos esperar muita gente para planear em conjunto. Não seria mais rápido se nós disséssemos apenas às pessoas o que nós queremos fazer? Eu penso que nós podemos alcançar muito mais pessoas dessa maneira, melhor que convidar as pessoas para muitas reuniões.”
- Thabo:** “E que se eles não concordarem? Ou que se concordarem, mas não funciona como nós pensamos? Então, responsabilizar-nos-iam. Não, pode levar mais tempo, mas eu penso que é importante trazer os membros da EAC para pensarmos em conjunto. Se calhar juntos teremos mesmo mais ideias – tal como agora, nós quatro temos agora mais ideias do que quando apenas Mfa e eu estivemos a falar.”
- Alexander:** “Aprovado, amigo. Quando é que começamos a reunir? Quem devemos convidar?”

Folha de Apoio 21:

Perguntas Mais Frequentes Sobre Equipas de Acção Comunitárias (EACs)

1. Que é uma EAC?

Equipas de Acção Comunitária ou EAC são um grupo de voluntários que se juntam para fazer algo em sua comunidade sobre um assunto do seu interesse. Por exemplo, uma EAC pode formar um grupo de hip-hop para educar a juventude sobre HIV/SIDA e Violência Baseada no Género (VBG) nas escolas, ou organizar uma marcha contra a violação, num campus universitário ou para fazer pressão para a iluminação de uma rua num bairro.

Uma EAC pode permanecer junta por muito tempo e realizar uma série de actividades ou campanhas, ou pode juntar-se para uma única acção apenas. Geralmente, o grupo é criado por alguém que tenha recebido formação em envolvimento masculino. Quando um grupo de voluntários se junta numa EAC, decidem sobre um problema ou projecto específico que querem abordar. Depois, planeiam uma estratégia visando alcançar os seus objectivos.

2. Por que desenhar uma estratégia para as equipas da acção comunitária (EACs)?

- **EACs podem alcançar mais pessoas.**

EACs podem ajudar as organizações a alcançar um grande número de pessoas com mensagens sobre o género, o envolvimento masculino e o HIV e SIDA. As EACs levam as suas mensagens às ruas e aos lugares onde as pessoas se juntam, incluindo bares, clubes de desportos, acampamentos e a locais de fé.

- **EACs podem fornecer formas de manter o envolvimento e o comportamento por muito tempo.**

Quando as pessoas compreendem como os papéis do género contribuem para a epidemia do HIV e outros assuntos, muitos homens e mulheres ficam dispostos a desafiar os papéis do género. Ao mesmo tempo, as mudanças na atitude e na prática podem ser rapidamente abandonadas, uma vez que as pessoas retornam às suas vidas quotidianas e ao ambiente que os socializou em primeiro lugar. A participação nas EACs ajuda as pessoas a interiorizar os valores associados com a promoção da igualdade de género e aumenta a probabilidade da mudança sustentada da participação e do comportamento de longo prazo.

- **EACs podem envolver residentes na criação e apoderamento da mudança da comunidade.**

Geralmente as pessoas sentem-se desligadas da tomada de decisão e mesmo dos serviços em suas comunidades. Contudo, sabemos que a mudança da comunidade é melhor promovida por aqueles que trabalham nessas comunidades. EACs criam um sentido de “esta é a nossa comunidade e nós podemos ser parte da criação de soluções positivas.”

- **EACs podem dar apoio aos membros da EAC para servir de modelos para os outros.**
Agindo nas suas comunidades, os membros da EAC podem criar uma imagem positiva dos homens - “de homens justos do ponto de vista de género”³⁰—que apoiam a igualdade de género, o desenvolvimento da comunidade, as crianças, assuntos da família e outros valores sociais positivos. Estes modelos reforçam a ideia que as mulheres respeitam gostam de homens que trabalham para a igualdade do género e que estes homens são bem sucedidos na sociedade.
- **EACs podem promover mudanças em normas sociais e práticas institucional ao nível local.**
Através das EACs, as pessoas estarão mais dispostas a apoiar o uso do, cuidados domiciliários e comunitários, aconselhamento e testagem voluntária, prevenção da transmissão do HIV da mãe para o filho, igualdade do género e relacionamento não violento. A pesquisa sugere que os serviços de saúde são melhor usados e os resultados da saúde melhoram quando as comunidades são envolvidas na exigência e na forma dada aos serviços e às políticas que as afectam.

3. Quem são membros de uma EAC?

Muitas vezes, uma EAC começa com apenas cinco a 10 voluntários da comunidade que dão forma ao núcleo da EAC. A EAC pode crescer em tamanho ao longo do tempo, ou incluir alguns membros que suportam o grupo nuclear participando ocasionalmente. Os membros nucleares das EACs encontram-se com regularidade (por vezes todas as semanas, outras vezes uma vez por mês) para planear actividades. Por vezes, um máximo de 50 pessoas podem participar numa actividade ou evento da EAC. Uma coisa boa das actividades da EAC é o facto de dar a pessoas comuns, a possibilidade de fazer algo positivo na sua comunidade, mesmo que seja apenas um evento de um dia.

4. Quais são os objectivos de uma EAC?

Antes que a EAC se possa decidir por uma área de interesse ou planear uma campanha activa, necessita estabelecer os seus objectivos preliminares. Os objectivos devem ser orientados ao activismo e dar um foco ao trabalho da EAC. Os objectivos são vitais para guiar o processo de tomada de decisão dentro da EAC e ajudar a determinar a sua direcção. Estão aqui alguns exemplos de objectivos estratégicos possíveis para uma EAC:

- Educar homens e mulheres para compreender como foram socializados nos papéis do género que limitam seu potencial total como seres humanos.
- Dar educação sobre HIV/SIDA, especialmente àquelas que não podem encontrar esta informação em nenhum outro sítio.
- Incentivar instituições da comunidade, tais como clínicas, escolas e instituições religiosas, a falar sobre HIV/SIDA e a participação masculina numa base regular.

5. Uma EAC pode ter grupos do género misturados?

Vocês podem decidir se vão ter uma EAC em que são todos os homens, mulheres, ou onde os homens e as mulheres trabalham juntos, lado a lado, para planear e realizar actividades na comunidade. Se a EAC for uma mistura de género, vocês podem decidir que certas vezes os membros masculinos se encontram e outras vezes os membros femininos também se encontram, de forma separada para discutirem assuntos num grupo de pares seguro. Em qualquer dos casos, será importante falar sobre a dinâmica do género na sua EAC.

³⁰ O termo 'homens justos do ponto de vista de género' é usado comumente pelo Promundo no Brasil veja <http://www.promundo.org.br>

São dadas às mulheres e aos homens oportunidade iguais para falar e assumir a liderança? Cada membro da EAC é avaliado, sem ter em conta o seu género? Como vocês abordam comportamentos sexistas quando eles surgem? Como as tarefas são divididas? Se a sua EAC for composta somente de homens ou somente de mulheres, como os membros da EAC falam sobre o sexo oposto? Como os membros masculinos e femininos da EAC são percebidos por sua comunidade?

6. Quem conduz uma EAC?

Facilitadores de EAC são aqueles que assumem a responsabilidade de organizar a EAC, procurando locais para que os membros da EAC se encontrem/reunam e planeando actividades de formação EAC pelo menos no começo. Podem também fornecer aconselhamento e a liderança de modo que a EAC se possa expandir, realizar campanhas da comunidade, desenvolver alianças e eventualmente funcionar de forma independente. Mais tarde, à medida que os novos líderes emergem dentro da EAC, os facilitadores iniciais podem dar lugar aos outros para assumirem mais responsabilidade.

É ideal que os facilitadores da EAC sejam pessoas que vivem na comunidade que a EAC está a servir. Os facilitadores da EAC servem de catalisadores “acendem” o interesse das pessoas num assunto, fazem os líderes chave da comunidade tornar-se seus aliados, apoiam novos líderes e geram o entusiasmo a acção.

Qualquer um que esteja interessado em começar uma EAC, é um bom ouvinte, convive com as pessoas e compreende de HIV/SIDA e de violência baseada no género, pode aprender como ser um facilitador da EAC. O desafio para o facilitador é balancear o foco do grupo na realização de actividades (tarefas) e na necessidade do grupo de unir-se e aprender como grupo (relacionamentos).

UMA EAC...

- ...é uma equipa tarefa com um foco e objectivos definidos, formada pelos membros da comunidade a fim de despertar a consciência e agir sobre assuntos que a afectam.
- ...junta regularmente pessoas para aprender sobre, discutir e resolver problemas da comunidade.
- ...realiza campanhas (uma série das acções e de estratégias para conseguir os objectivos da EAC).
- ...é activa em criar a mudança da comunidade em dois níveis: 1) conhecimento, atitudes e comportamentos individuais; e 2) políticas e práticas institucionais.
- ...pode ser de curto prazo ou de longo prazo.

7. O que faz uma EAC?

Durante todo este jogo da acção, você encontrará exemplos do que uma EAC pode fazer para aumentar a participação masculina na prevenção do HIV/SIDA e na resposta à violência baseada no género. Aqui estão algumas ideias:

Sensibilização:

- Afixar e fazer uma abordagem um-a-um dentro da escola sobre a ligação entre o assédio sexual, o abuso sexual e o HIV/SIDA.
- Usar os meios de comunicação de massas - tal como TV, rádio, ou entrevistas de jornal

Educação:

- Usar os eventos desportivos - tais como torneios tanto com residentes masculinos como femininos para educar e inspirar as pessoas.
- Produzir uma mostra de teatro em locais de concentração, tais como praças de táxis ou acampamentos de minas.

Construção de Alianças:

- Convocar uma reunião informal com chá e biscoitos para todas as mulheres ou grupos da juventude existentes na comunidade para falar e estabelecer confiança
- Convidar pastores de várias igrejas cristãs para uma oração ao pequeno almoço e discutir HIV/SIDA e violência baseada no género, para uma perspectiva de fé.

Advocacia à Mudança de Comportamento da Comunidade:

- Identificar locais onde as mulheres correm grande risco de serem violadas ou agredidas (tais como um bar problemático) e depois organize homens para distribuir folhetos lá.
- Surpreender com uma Marcha Nocturna: organizar uma marcha para mostrar que as mulheres não irão tolerar a opressão de viver tendo medo de sair à noite.

Advocacia para Mudança Institucional:

- Convencer às associações de taxistas a colarem cartazes por todos os lados das suas viaturas.
- Juntar-se a campanhas nacionais para expandir o acesso ao tratamento, com marchas, reuniões com clínicas, ou entrevistas da média.

Serviço:

- Envolver uma EAC no fornecimento de cuidados a pessoas vivendo com SIDA e dando descanso aos outros provedores de cuidados,
- Patrocinar um dia de serviço onde os homens realizam tarefas tradicionalmente vistas como trabalho de mulheres.

EAC's escolhem diferentes acções, dependendo de seus interesse, finalidade, recursos, e comunidade. As acções de uma EAC são, algumas vezes, cuidadosamente escolhidas e sequenciadas, à luz dos objectivos de longo prazo. Outras vezes, uma EAC começa com uma acção simples que não requeira muito planeamento e cuja acção possa construir energia e impulso para o grupo.

8. Quem você convida a uma EAC?

Uma EAC pode estar aberta a todos os membros de comunidade, ou pode ter um perfil específico dos membros que o facilitador/s busca envolver. Por exemplo, algumas EACs podem envolver somente rapazes jovens ou somente raparigas jovens. Algumas EAC's poderão procurar especificamente a participação de líderes religiosos. Algumas EACs poderão procurar a associação das pessoas que vivem com HIV/SIDA. Algumas EACs podem querer atingir os rapazes jovens que retornam à comunidade após a prisão, e por isso precisem recrutar os homens que compartilham dessa experiência.

Os facilitadores da EAC e os primeiros membros do EAC têm a tarefa de recrutar novos membros. Algumas EACs decidem-se a recrutar periodicamente durante toda a vida da EAC, para manter a associação viva e completa.

Convidando as Pessoas a Juntar-se à EAC

Conversar com os residentes da comunidade é parte chave da construção da sua EAC. A edificação do relacionamento é um componente vital do trabalho de mudança social, e muito disso acontece em conversas um-a-um. Tem-se dito que as pessoas não se juntam a causas, elas juntam-se a pessoas. Por isso, a sua habilidade em escutar os membros da comunidade e em envolver o seu interesse fará uma diferença grande no número de pessoa que se juntarão a si para prevenir HIV/SIDA e a violência baseada no género.

Em seguida apresentam-se algumas ideias de como contactar e convidar as pessoas para a EAC:

- **Treinamentos de Envolvimento Masculino:** Houve alguns participantes nos treinamentos recentes que estiveram particularmente interessados no assunto? Como você os pode contactar?
- **Redes Pessoais:** Pense sobre as suas redes de amigos, de parentes, ou de colegas de trabalho: Quem você acha que pode estar interessado em juntar-se à sua EAC?
- **Conversas um-a-um:** Vá a locais onde os membros potenciais da EAC se juntam ou trabalham. Tenha algumas conversas de um-para-um que explicam a EAC e peça que as pessoas venham a uma reunião ou a um evento. Dê continuidade com uma visita pessoal.
- **Anúncios:** Desenvolva um anúncio e cole-o em torno da comunidade. Não se esqueça de pôr um número de telefone ou um endereço onde as pessoas possam buscar mais informação. Melhor ainda, indique datas das primeiras reuniões da EAC.
- **Extenda às instituições religiosas:** Peça um líder religioso que faça um anúncio ou permita que você faça uma apresentação em sua igreja, mesquita, ou outra instituição sobre a EAC – para a congregação inteira ou talvez apenas ao grupo da juventude. Convide as pessoas a juntarem-se a si após o serviço religioso, para uma breve conversa sobre a EAC. Assegure-se de ter uma folha para registar os seus nomes e a forma de contactá-los.
- **Extenda à Clínica de Saúde:** cole cartazes na clínica de saúde local. Pergunte ao director da clínica se você pode fazer uma apresentação à equipa de funcionários ou ao grupo de apoio do HIV na clínica.
- **Abra Casas/Evento Educacional:** Arranje uma casa aberta na organização local do HCP com apresentações sobre a EAC. Você pode querer mostrar um vídeo sobre HIV/SIDA e género que poderão inspirar as pessoas a juntarem-se ao EAC. Assegure-se de ter uma folha para inscrição!
- **Publicidade nos meios de comunicação locais:** A rádio local pode permitir que você seja entrevistado e posto no ar - ou um jornal pode deixá-lo escrever um artigo curto ou entrevistá-lo para um artigo.
- **Teatro de Rua:** reuna os seus membros da EAC para apresentarem teatro de rua, música ou dança em espaços públicos tais como mercados, praças de táxi, celebrações, ou outros locais de concentração de pessoas. Faça desempenhos que dramatizem entretenimento “educativo” e convide as pessoas a juntarem-se à EAC.
- **Mensagens de Texto (SMS):** Use mensagens de texto (sms) em telefones móveis para fazer lembretes sobre quando e onde são realizadas as reuniões de EAC. Peça aos novos membros da EAC ou aos já existentes para enviarem mensagens de texto a um ou dois amigos, convidando-os à reunião da EAC.

3.2 Começando uma EAC

Objectivos

1. Oferecer estratégias para facilitadores que queiram organizar uma reunião para iniciar uma EAC

Tempo

120 minutos

Materiais

- Flipchart ou um quadro com questões chave
- Papel
- Canetas

Notas do Facilitador

É muito importante por que razão as pessoas se juntam a uma EAC no recrutamento. Isso permite que você saiba o que apelar sobre a participação numa EAC, de modo a poder focalizar nesses pontos com os potenciais membros da EAC. É também útil ao planear as actividades da EAC de modo que os interesses de membros potenciais possam ser incorporados nos planos. Finalmente, esta pode ser uma grande actividade de construção de equipa e ajuda os membros da EAC a conhecerem-se melhor uns aos outros.

Passos

1. Peça que os participantes reflectam individualmente nas seguintes perguntas e depois escreva algumas de suas respostas (10 minutos).
 - ▶ O que o traz a esta reunião da EAC?
 - ▶ O que você espera fazer por estar envolvido com a EAC?
 - ▶ Que talentos traz a esta EAC?
 - ▶ Sobre que tipo de coisas você se sente entusiasmado em trabalhar?
2. Peça que, aos pares, os participantes compartilhem as suas respostas um com o outro (15 minutos).
3. Reuna o grupo grande para apresentação e discussão (35 minutos).
4. Explique que as pessoas juntam-se a EACs por uma grande variedade de razões, sendo todas válidas. É importante compreender as razões relacionadas com o sentimento de estar ligado ao grupo. As pessoas podem juntar-se porque:
 - Têm um membro da família ou amigo com HIV/SIDA, ou que esteve envolvido na violência baseada no género e se sentem compelidas a fazer algo sobre este assunto na sua comunidade.

- Sentem-se isoladas e querem sentir-se mais ligadas a pessoas também interessadas com aos problemas da comunidade.
- Querem ganhar mais experiência no trabalho da comunidade, na esperança de que tal conduza mais tarde a um trabalho.
- Têm ideias sobre como gostariam de melhorar a sua comunidade, mas precisam de se juntar com outros para realizar as suas ideias.

5. A etapa seguinte é criar uma visão compartilhada e uma indicação da missão da EAC.

Criando uma visão compartilhada e uma indicação da missão da EAC

Muitos facilitadores consideram útil ter uma discussão em uma das primeiras reuniões da EAC sobre “por que estamos aqui.” Uma vez que as pessoas tiveram a possibilidade de começar a conhecerem-se melhor e compreender-se mutuamente ‘ interesse em juntar-se a EAC, podem passar para o estabelecimento da visão compartilhada e da missão da EAC.

6. Facilite uma sessão de tempestade de ideias, usando as perguntas abaixo. Escreva as respostas dos participantes no flipcharts ou num quadro.
- Por que a nossa EAC existe? A finalidade (a missão) de nossa EAC é...
 - O problema que nós estamos a tentar resolver é...
 - Nosso círculo eleitoral/ grupo ou pessoas que têm uma necessidade ou um problema são...
 - A mudança que nós esperamos efectuar como resultado directo do nosso trabalho é...
 - Nós planeamos fazer essa mudança por...
 - O que nos faz especiais é...
7. Junte as respostas dos membros do EAC em frases curtas. Lembre aos participantes das qualidades de uma boa indicação da missão:
- Uma boa indicação da missão é clara no significado para cada membro da EAC, assim como para aqueles que estão fora do grupo
 - É precisa, concisa e facilmente lembrada
 - Apresenta claramente a finalidade da EAC e faz menção a:
 - Necessidades ou problema que o grupo está a trabalhar para resolver
 - Os seus constituintes (pessoas na comunidade que a EAC está a tentar alcançar ou servir)
 - A filosofia básica e a abordagem da EAC
 - Fornece o sentido ao grupo e serve de guia para a tomada de decisão, permitindo também flexibilidade
 - É realístico, realizável e baseado nas crenças e nos valores da EAC e de qualquer organização na qual a EAC estiver afiliada (como HCP).

3.3 Acções da EAC e o Modelo Ecológico

Objectivos

1. Oferecer aos membros de uma EAC a possibilidade de listar e estimular pensamentos sobre os tipos de acções que a EAC poderia fazer na comunidade

Tempo

90 minutos

Materiais

- Flipchart ou uma placa com perguntas chave
- Gráfico grande que ilustra os níveis do Modelo Ecológico
- Pedacos de papel com fita adesiva
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 22: [O Modelo Ecológico](#) para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 23: [Exemplo do Modelo Ecológico](#) para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 24: [Treatment Action Campaign](#) para todos os participantes

Notas do Facilitador

O Modelo Ecológico tem seis níveis, em que cada um representa uma área de acção potencial para a EAC. Na projecção de uma abordagem de EAC, é importante seleccionar as actividades que combinam o nível de prontidão da EAC e crescer a partir daí.

Passos

1. Explique aos participantes que quando procuram uma mudança de escala ampla nas políticas, atitudes e comportamentos, há claramente muitos níveis em que a EAC pode concentrar os seus esforços. Se a meta estratégica global da EAC é a de aumentar a participação masculina na abordagem de HIV/SIDA, pode haver muitas abordagens diferentes ou de actividades que a EAC poderia escolher numa determinada comunidade.

Onde a EAC irá concentrar os seus esforços depende de duas coisas: interesses dos próprios membros da EAC, nível de consciência e prontidão para agir, por um lado e os interesses da comunidade, nível de sensibilização e disponibilidade para mudar, por outro.

O Modelo Ecológico (algumas vezes chamado de Espectro de Prevenção) é uma ferramenta ou quadro que pode ajudar a EAC para identificar a sua gama de estratégias. Discutir opções no contexto do modelo também pode ajudar a descobrir como uma EAC é preparada para uma determinada acção, bem como a forma como poderá ser aberta à comunidade para determinadas abordagens.

2. Coloque um grande gráfico ilustrando os sete níveis do Modelo Ecológico à frente da sala. Dê aos participantes Folha de Apoio 22: O Modelo Ecológico, e peça que os participantes leiam cada nível e definição em voz alta. Peça-lhes que pensem numa acção ou tática que a EAC poderia fazer em cada nível do Modelo. Depois de os participantes terem apresentado as suas próprias ideias distribua a Folha de Apoio 23: Exemplos do Modelo Ecológico.
3. Revise a Folha de Apoio 24: Treatment Action Campaign com os participantes e discuta o seguinte:
 - ▶ Que papel você acha que os voluntários locais voluntários jogaram na TAC?
 - ▶ Como você acha que uma única EAC pode contribuir para os objectivos de um movimento maior?
 - ▶ Neste estudo de caso, como é que a TAC utilização acções em todo o Modelo Ecológico para aumentar o seu impacto?
 - ▶ Por que você acha que seja necessário tomar acções a nível "mais baixo" do final do modelo - como aumentar o conhecimento e habilidades individuais, ou a comunidade educativa a fim de alcançar o sucesso no nível "mais elevado" do fim do Modelo - como mobilizar comunidades e a mudança das políticas?
4. Pequeno Trabalho de Grupo (10 a 15 minutos)
 - Tempestade de ideias possíveis táticas ou acções para a EAC e liste cada ideia sobre o Post-it ou pedaço de papel. Todas as ideias são válidas e bem-vindas!
 - Coloque uma estrela sobre quaisquer acções que você acha que poderiam funcionar bem na sua comunidade.
 - Então coloque cada pedaço de papel (com adesivo) sobre o Modelo Ecológico maior, à frente da sala.
5. Apresentação (10 minutos)

Cada grupo pequeno "faz uma apresentação", descrevendo as suas ideias e motivos para as colocar em determinadas partes do Modelo Ecológico.
6. Discussão no Grande Grupo (20 minutos)

Como grande grupo, reveja as ideias dos pequenos grupos. Facilite uma discussão baseada nas seguintes perguntas:

 - ▶ Que ideias irão criar mudanças mais duradouras?
 - ▶ Que acções uma EAC pode realizar em primeiro lugar?
 - ▶ Você pode ver, em todos os níveis do modelo, actividades que se poderiam complementar umas às outras?
 - ▶ Que outras organizações poderiam estar a tomar acções que podiam apoiar as nossas acções neste modelo?

7. As ideias dos participantes irão abranger um vasto leque. Algumas das áreas que você pode enfatizar são:

- Precisamos de reforçar as nossas estratégias para além da sensibilização e da educação.
- Precisamos de múltiplas estratégias para alterar os comportamentos na comunidade. Se houver múltiplas EAC's ou ONG/OBC a trabalhar sobre as mesmas questões numa comunidade é importante coordenar actividades para que elas possam desenvolver-se mutuamente, em vez de competir umas com as outras.
- É mais possível mudar quando há uma acção em todos os níveis do Espectrum.
- É importante influenciar fornecedores de serviço. Por exemplo, alguns fornecedores de serviço ainda se riem dos homens que relatam violência de género.
- As pessoas podem ter muita experiência no uso de alguns níveis do Modelo Ecológico - tais como trabalhar com estações de rádio ou com eventos comunitários - mas podem não estar confortáveis com outros níveis - tal como influenciar políticas e mudar a maneira como as enfermeiras profissionais são formadas.

Em muitos casos, as comunidades já estão organizadas e a EAC pode tirar proveito disso. Por exemplo, enquanto trabalhar com igrejas contínua sendo um desafio, algumas pessoas na igreja já estão a levantar assuntos e o agindo sobre eles. Precisamos de nos ligar àquelas pessoas que estão a organizar dentro das instituições locais.

Folha de Apoio 22: O Modelo Ecológico

	QUE /QUAL Acção	QUEM? Pessoas ou Organizações
1. Reforçando Conhecimentos e Habilidades <u>Individuais</u>		
2. Criando Estruturas de Apoio <u>Familiar</u> e de <u>Pares</u>		
3. Educando os <u>Provedores de Serviços de Saúde</u>		
4. Mobilizando os <u>Membros da Comunidade</u>		
5. Mudando as Práticas <u>Organizacionais</u>		
6. Influenciando Legislação política no Nível <u>Societal</u>		

Folha de Apoio 23: Exemplo do Modelo Ecológico

ACÇÕES DE DA EQUIPA DE ACÇÃO COMUNITÁRIA AO LONGO DO MODELO ECOLÓGICO		
NÍVEL DE ESPECTRO	DEFINIÇÃO DO NÍVEL	POSSÍVEL ACÇÃO DA EAC
Reforçando Conhecimentos e Habilidades Individuais	Ajudando aos homens a compreender como as normas sociais de género podem pôr em risco as suas parceiras e famílias e como promover comportamentos alternativos, mais saudáveis	• Treinamentos ou apresentações • Intervenções de rua • Habilidade de prestar cuidados • Formar membros da EAC em HIV/SIDA e em violência de género
Criando Estruturas de Apoio Familiar e de Pares	Educando pares e membros da família sobre riscos de saúde e formas de apoiar indivíduos a realizarem acções que promovem a saúde e a segurança	• Treinamentos ou apresentações • Visitas porta-a-porta • Alcançando homens e rapazes jovens através dos clubes da juventude e de desportos • Os eventos da comunidade
Educando os Provedores de Serviços de Saúde, ONG's e Interessados chave	Informando e educando fornecedores sobre a participação masculina de modo a que possam transmitir habilidades e conhecimentos a outros. Os fornecedores podem incentivar e apoiar os homens para procurarem cuidados de saúde e apoiarem as suas parceiras a buscarem informação e serviços da saúde	• Forneça treinamentos às ONG's locais, organizações comunitárias, às associações de enfermeiros e às clínicas, • Reuniões mensais e trimestrais da rede de engajamento masculino

ACÇÕES DE DA EQUIPA DE ACÇÃO COMUNITÁRIA AO LONGO DO MODELO ECOLÓGICO		
Promovendo Consciência e Educação Comunitária	Educando membros e grupos da comunidade sobre riscos e formas de apoio a indivíduos para a tomada de acções que promovem a saúde e a segurança. Os programas podem também mobilizar grupos e indivíduos para desenvolverem estratégias coerentes para promover uma participação masculina construtiva	• Programas de rádio locais • Eventos e forums da comunidade • Distribuição do Preservativo • Campanhas Porta-a-porta • Murais da comunidade • Marchas dos homens
Mudando as Práticas Organizacionais	Mudando políticas organizacionais, regulamentos, e dando forma a normas para melhorar a saúde e a segurança	• Convencer uma clínica local a patrocinar um Grupo de Pais e HIV/SIDA • Desafiar igrejas a falarem sobre a prevenção do HIV e dos desequilíbrios de género
Influenciando Legislação Política no Nível Societal	Desenvolvendo estratégias para mudar leis e políticas para influenciar resultados	• Ajudar a obter financiamento para promover a participação masculina • Trabalhar para mudar políticas dentro das igrejas ou das instituições da comunidade • Participar em marchas viradas para o reforço da legislação sobre violação sexual e violência doméstica.

Folha de Apoio 24: Treatment Action Campaign

Treatment Action Campaign (TAC) [a campanha de acção para tratamento], na África do Sul criou mudança revolucionária no acesso ao tratamento do HIV/SIDA, incluindo mudança as políticas Sul Africanas sobre medicações e forçando as empresas farmacêuticas a aumentar o acesso em todo o mundo. Durante anos, o TAC fez campanhas através de muitos canais, desde campanhas de desobediência civil para influenciando esforços para pressionar o governo Sul-Africano a adoptar um plano abrangente e equitativo para proporcionar tratamento e cuidados para todas as pessoas vivendo com HIV/SIDA. Esta longa campanha deu frutos em 2003, quando o governo Sul-africano aprovou o Plano Operacional para Tratamento e Cuidados Globais para o HIV e SIDA.

A TAC treinou dezenas de Formadores de Alfabetização, indivíduos que podem educar outros sobre as suas opções terapêuticas e defender a saúde local para as clínicas melhorarem a prestação de tratamento. Estes Formadores de Alfabetização, juntamente com outros activistas da TAC no terreno, fornecer informações e habilidades para moradores da comunidade, pessoas que vivem com HIV/SIDA, e prestadores de cuidados, para diminuir o estigma e promover o acesso ao tratamento. Aumentar sensibilização, a nível comunitário não só auxilia directamente as pessoas que vivem com HIV/SIDA, como também cria uma base social para a pressão política para que se aprove legislação e políticas. De igual modo, programas de rádio e de televisão, artigos de jornal e revistas dedicadas à questão do HIV/SIDA têm apoiado essa base social.

A TAC trabalhou com outras organizações de direitos humanos e SIDA, incluindo a AIDS Consortium, Black Sash, SACP, e o AIDS Law Project (projecto de lei sobre a SIDA) para criar uma potência maior e participação em suas campanhas. Uma diversidade de organizações aderiu ao TAC para acções que vão desde vigílias de bairro a protestos nacionais. Estas campanhas definiram os parâmetros do Plano Operacional do Governo.

Obter a atenção da mídia tem sido importante na construção do poder de TAC's para influenciar a posição do governo sobre o tratamento. As acções do TAC - nacional ou localmente, chamaram a atenção dos jornalistas e as activistas do TAC foram entrevistadas extensivamente nos meios de comunicação. Além disso, a TAC tem produzido as suas próprias comunicações, a partir de simples folhetos e boletins de vídeos produzidos profissionalmente e de programas de rádio.

Enquanto ainda comemora a vitória em levar o governo a adoptar o Plano, o trabalho da TAC continua com novas campanhas para ter a certeza de que o Plano é implementado da melhor maneira possível.

3.4 Desenvolvendo um Plano de Acção de EAC

Objectivos

1. Desenvolver um plano de acção para a EAC
2. Ajudar os membros da EAC a ganhar uma clara compreensão do que uma campanha EAC é e como ela pode resolver problemas institucionais que contribuam para o HIV/ SIDA e violência de género

Tempo

90 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 25: Planilha de Correspondência para todos os participantes

Passos

1. Explicar aos participantes que desenvolver uma campanha eficaz requer uma forte compreensão do problema e um plano coerente para chegar a soluções. É útil iniciar com uma discussão profunda sobre o problema que a sua EAC irá abordar.
2. Facilitar uma reflexão sobre a questão: "O que é uma campanha?" Depois que os membros das EAC tenham trocado ideias, discutam a seguinte definição: "Uma campanha de EAC é uma série de acções interrelacionadas que se constroem uma sobre a outra para influenciar os decisores e o público em geral para criar mudanças sistémicas, porque uma situação é injusta. Campanhas para atingir um determinado objectivo, de mudanças duradouras em políticas e comportamentos e construir a participação popular na tomada de decisões comunitárias."

Explique que desenvolver um plano de campanha EAC pode ser diferente do planeamento que você fez em outros contextos.

- O planeamento EAC é descentralizado e participativo - o planeamento é feito pela EAC toda e não por apenas uma pessoa.
- O planeamento EAC focaliza em primeiro lugar sobre as metas ou resultados, por oposição às actividades. Assim, "realizar uma formação" não é um resultado. O resultado é o que se espera obter através de uma formação, tais como a mudança de atitudes das pessoas, ou uma mudança de políticas de uma instituição
- O planeamento de públicos alvo específicos da EAC que têm o poder de fazer a mudança que você procura.
- O planeamento da EAC é orientado para a expansão do círculo de pessoas envolvidas pela campanha, incluindo novos "mensageiros." É preciso pensar não só sobre como a sua própria EAC e organização podem transportar a mensagem, mas também na forma de levar outros aliados a transportar a mensagem, especialmente quando eles podem ser mais persuasivos com um público ou "alvo" particular.

3. Jogo de Correspondência: Peça aos participantes que estabeleçam correspondência entre os problemas e as instituições na Folha de Apoio 25: Planilha de Correspondência
4. Faça aos membros da EAC as seguintes perguntas e escreva as suas respostas sobre o flipchart:
 - ▶ Quais são alguns dos problemas específicos relacionados com o HIV/SIDA e violência de género que a sua EAC gostaria de enfrentar? (Lembre-se da avaliação dos problemas de sua comunidade.)
 - ▶ Quais são algumas das políticas institucionais e comportamentos que contribuem para estes problemas e dificultam que as pessoas recebam a devida segurança e apoio?
5. Nomeie um ou dois principais problemas e /ou instituições em que a EAC gostaria de centrar sua campanha.
6. No encerramento, abranger os seguintes pontos:
 - Muitas vezes, as pessoas de forma restrita definem uma "campanha" como sendo montar um grande evento, tais como Dia da Mulher. Embora esses eventos exijam estratégia e planeamento, tais como o envolvimento das partes interessadas importantes, escolhendo o local e fazendo a sensibilização de novos círculos, eles não podem afectar directamente as políticas ou práticas institucionais. Estes acontecimentos são, naturalmente, valiosos e podem ser parte de uma grande campanha para a mudança de normas sociais em uma comunidade.
 - Incentivar as pessoas a olhar de forma crítica às respostas para os seus problemas através das instituições da comunidade, como hospitais e postos de saúde, polícia, administração local, igrejas, escolas, negócio ou meios de comunicação.

Folha de Apoio 25: Planilha de Correspondência:

Exemplos de Problemas Institucionais que Contribuam para o HIV/SIDA ou violência de género

Instruções: Da lista abaixo, escolha a instituição que melhor corresponde ao problema do lado esquerdo do gráfico, e escreve-a sob a Instituição Alvo.

- Religião
- Polícia
- Mídia
- Médicos
- Governo Municipal
- Escolas
- Empresas

Problemas	Instituição Alvo
As horas de trabalho das Clínicas são insuficientes para o número de pessoas que precisam de tratamento para HIV/SIDA. Os homens mostram-se relutantes em ir à clínica.	
Muitas ruas das zonas residenciais são mal iluminadas, tornando-se perigoso para os membros da comunidade membros andar à noite.	
Vários pastores locais têm estado a pregar sermões homófobos e fornecem informações inexactas sobre o HIV/SIDA.	
A polícia não responder com rapidez suficiente às vítimas de violação, e, muitas vezes, culpa a vítima.	
Várias lojas locais possuem propagandas e cartazes que glorifica violência contra as mulheres.	
O director na escola local não permitirá que os afiliados dos Homens Como Parceiros a entrar e dar uma apresentação sobre o HIV/SIDA e prevenção de violência de género.	
A estação local de rádio está a tocar canções com letras que degradam as mulheres e trata-as como objectos sexuais.	

Todos estes problemas são de natureza sistémica, o que significa que eles são parte dos sistemas maiores ou instituições. Eles também são todos problemas locais. Uma campanha EAC incide tanto sobre o despertar da consciência das pessoas, incentivando – por exemplo as pessoas a pronunciarem-se sobre a insuficiência de serviços e do tempo de atendimento na clínica e apoiando mudanças duradouras nesse sistema. Entre os exemplos de uma mudança de longa duração pode-se incluir convencer as autoridades locais para proporcionar um maior financiamento para a clínica, ou criando um conselho consultivo para a clínica assegurar que os serviços vão de encontro das necessidades da comunidade.

3.5 O que São Actividades de EAC?

Objectivos

1. Introduzir e estimular a reflexão sobre os passos necessários para o planeamento de uma campanha

Tempo

60 minutos

Materiais e Preparação Prévia

- Crie vários baralhos de cartas usando as etapas listadas na Folha de Recurso 6: Planeamento de Um Baralho ou crie os seus próprios passos. (Nota: Os passos sobre a Folha de Recursos não estão em qualquer ordem especial.)

Notas do Facilitador

O valor deste exercício está, em grande medida, na discussão das campanhas e não nos resultados finais da sequência. O exercício ajuda os membros da EAC a organizar os seus pensamentos no que diz respeito às etapas necessárias para planeamento de uma campanha.

Opcional: Reveja a Secção 2.4: Mídia e Campanhas de Marketing Social e repasse os pontos principais.

Passos

1. Explique que o planeamento é fundamental para a definição da visão e estratégia da EAC. Todos os membros da EAC precisam ser capazes de falar sobre a visão e soluções da EAC e se eles quiserem os decisores e do público. Isto significa que a EAC deve passar o tempo a desenvolver uma análise e uma estratégia convincente.
2. Divida os participantes em grupos pequenos. Dê a cada grupo um monte de cartões, cada um com um passo sobre ela. Dê-lhes também alguns cartões em branco para que eles possam acrescentar passos não incluídos no baralho.
3. Peça aos participantes que organizem, em ordem sequencial, cerca de 12 passos para um planeamento de campanha.
4. Peça a cada grupo para descrever as suas razões para a sequência por si escolhida. (Se houver muitos grupos, peça-lhes para pendurar as suas cartas em sequência com fita adesiva e, em seguida, discutir as semelhanças e as diferenças das sequências com todo o grupo.)
5. Resuma, cobrindo os seguintes pontos-chave. Tenha em mente que os participantes podem sentir alguma frustração com a falta de uma clara resposta “certa”.

Uma campanha é uma série de actividades interligadas que se constróem em direcção a um objectivo de criar uma mudança duradoura nos sistemas, políticas, atitudes e comportamentos ou serviços da comunidade.

A maioria dos pequenos grupos tomam medidas tais como “pesquisar a comunidade”, “definir suas metas”, e “recrutar voluntários” no início da campanha. A parte central de uma campanha geralmente inclui a “divulgar a questão”, “desenvolver aliados”, e “superar oposição.” O final da campanha inclui geralmente “realizar um grande evento”, “avaliação”, e “premiar os participantes.” Fora isso, cada campanha tem uma lógica diferente para a sequência. A verdade é que, situações diferentes exigem diferentes sequências. Além disso, em muitos casos, você poderá realizar mais de um passo de cada vez, e alguns passos (como a avaliação) precisam de ser efectuados várias vezes durante uma campanha.

Folha de Recurso 6: Planeamento de Um Baralho³¹

Faça uma cópia dos 12 passos seguintes e cole cada uma num cartão de nota ou num cartão de pedaço de papel pesado. Certifique-se de incluir alguns cartões em branco para que os membros da EAC possam adicionar os seus próprios passos. Nota: Estes passos não estão em nenhuma ordem específica.

Conversar com pessoas na sua comunidade sobre as suas principais preocupações em relação ao HIV/SIDA e violência de género.	Pesquisar questões relacionadas com a metas da campanha - tais como aprender mais sobre as atitudes locais ou quem faz as decisões sobre as práticas institucionais locais.	Considerar as suas opções sobre como superar oposição ou resistência por exemplo, através da contratação de aliados ou da mobilização de um grande número de moradores.
Recrutar voluntários e membros da comunidade para ajudar a criar uma campanha de prevenção ou sensibilização.	Reconhecer e premiar as contribuições de voluntários e outros aliados.	Avaliar e celebrar os seus sucessos, e aprender a partir dos seus erros.
Desenvolver uma estratégia para a sua campanha – comece criando um plano.	Desenvolver alianças e conquistar o apoio dos líderes da comunidade.	Fornecer alguma formação para a EAC sobre como conduzir sensibilização, mobilização para uma campanha, compreensão sobre género.
Desenvolver uma agenda para as suas reuniões e eventos EAC.	Divulgar o seu problema através dos meios de comunicação ou de eventos de sensibilização.	Organizar um evento importante como um protesto, março, ou uma comemoração comunitária.

³¹ Uma outra versão deste exercício foi desenvolvida por um dos autores do Action Kit de Transforming Communities, Marin Abused Women's Services, USA, veja <http://www.transformcommunities.org>.

3.6 Desenvolvendo uma Estratégia de EAC

Objectivos

1. Definir uma campanha de mudança social que olha para dentro e para fora da organização ou da EAC

Tempo

90 minutos

Materiais

- Cópias suficientes da Folha de Apoio 26: Questões-Chave Para o Desenvolvimento de uma Estratégia de EAC para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 27: Campanha de Planeamento para EACs para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 28: Exemplo de um Plano de Campanha EAC para todos os participantes
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 29: Critérios Para uma Grande Campanha EAC para todos os participantes
- Canetas

Notas do Facilitador

Este exercício ajuda a EAC a programar a sua estratégia de campanha. Preste particular atenção à “Olhando Fora” parte da folha de apoio. Você pode querer discutir e trabalhar com estas perguntas ao longo de várias reuniões EAC.

Ao desenvolver uma estratégia para uma EAC, as pessoas ficam muitas vezes confusas sobre a diferença entre a “estratégia” e a “táctica”. “Táticas” são acções específicas – realizar treinamentos, circular petições, escrever cartas, organizar um protesto- esta é a construção de mobilização e mudança social da comunidade. “Estratégia” é algo mais amplo, um mapa que orienta o uso dessas ferramentas em direcção a objectivos claros. Estratégia requer avaliação de você onde está, onde você quer ir e como você pode chegar lá.

Passos

1. Revisão da Folha de Apoio 26: Questões-Chave Para o Desenvolvimento de uma Estratégia de EAC com o grupo. Peça a cada membro da EAC que leia em voz alta uma secção da folha e, em seguida, discuta as possíveis estratégias de acções EAC para cada nível do plano. Distribua também a Folha de Apoio 29: Critérios Para uma Grande Campanha de EAC.
2. Programar a sua campanha EAC para abordar a desigualdade de género e HIV e SIDA. Você pode desejar utilizar uma folha com espaços em branco para escrever nela as suas ideias.
3. Distribua as Folhas de Apoio 27 e 28. Vá ao longo dos passos na Folha de Apoio 27 e dos exemplos extraídos da Folha de Apoio 28 e em seguida, peça aos participantes que eles próprios preencham a Folha de Apoio 27. Assim que os participantes tenham preenchido os espaços em branco, discuta novamente todo o plano com o grupo, acrescentando sugestões e verificando se tudo faz sentido e se conjuga.

Folha de Apoio 26: Questões-Chave Para o Desenvolvimento de uma Estratégia de EAC ³²

OLHANDO PARA FORA

OBJECTIVOS: O QUE VOCÊ QUER?

Qualquer esforço EAC deve começar com um senso de seus objectivos. Quais são os objectivos de longo prazo (um a dois anos) e quais são os objectivos de curto prazo (três a seis meses)? Quais são os conteúdos objectivos (por exemplo, mudar as políticas) e quais são os objectivos do processo (por exemplo, construção de comunidade entre os participantes)? Estes precisam ser definidos e falar sobre eles de uma forma que se possam lançar no esforço de chamar as pessoas para o mesmo e sustentá-los ao longo do tempo.

AUDIÊNCIAS: QUEM TE AS PODE FORNECER?

Quem são as pessoas e instituições que você precisa mover? Isto inclui as pessoas com autoridade formal para entregar os bens, tais como líderes comunitários. Inclui também pessoas que podem influenciar aqueles que estão em posições de autoridade, como a comunicação social. Em ambos os casos, um esforço EAC efectivo exige um senso claro de quem essas audiências são e como influenciá-las.

MENSAGEM: O QUE ELES PRECISAM DE OUVIR?

Chegar até as audiências exige elaboração e definição de um conjunto de mensagens que sejam persuasivas. Embora essas mensagens devam ser alicerçadas na mesma base de verdade, elas também têm que ser adaptadas a diferentes públicos, dependendo do que eles estão prontos ouvir. Na maioria dos casos, mensagens EAC terão duas componentes básicas: um apelo para o que é certo e um apelo ao interesse pessoal/particular da audiência.

MESSAGEIROS: DE QUEM ELES PRECISAM OUVIR ISSO?

A mesma mensagem tem um impacto muito diferente dependendo de quem a comunica. Quem são os messageiros mais credíveis para diferentes públicos? Em alguns casos, estas messageiros são os "especialistas". Noutros casos, podem ser "pessoas reais" (tais como pessoas com HIV/SIDA ou sobreviventes de violência doméstica ou sexual) que podem falar por experiência própria. O que precisamos fazer para equipar esses messageiros, tanto em termos de informação e aumentar o seu nível de conforto como advogados?

³² Shultz, Jim. Key questions for develop strategy. Democracy Center (www.democracyctr.org). San Francisco, CA.

OLHANDO PARA FORA

ENTREGA: COMO PODEMOS LEVÁ-LOS A OUVIR?

Existem muitas maneiras de entregar a sua mensagem, de forma subtil (tais como o encontro privado com um Líder para apresentar a sua proposta) para “na-sua-cara” (como titular de um protesto). O que é mais eficaz varia de situação para situação. A chave é avaliar e aplicar os métodos adequadamente, juntando-os numa combinação vencedora.

OLHANDO PARA DENTRO³³

RECURSOS: O QUE É QUE TEMOS?

Um esforço efectivo de mobilização da comunidade assenta sobre os recursos já disponíveis. Isso inclui outras ONGs e OBC que possam estar a realizar trabalhos semelhantes, alianças ou redes, informação e materiais já existentes. Em poucas palavras, você não começa do nada; você inicia a construção a partir do que você tem.

LACUNAS: QUE MAIS PRECISAMOS DESENVOLVER?

Depois do levantamento dos recursos de mobilização comunitária que você tem, o próximo passo é identificar os recursos de que necessita, mas que ainda não estão lá. Isso significa olhar para alianças que precisam ser construídas e nas capacidades, tais como a sensibilização, comunicação social e pesquisas - isto é crucial para qualquer esforço.

PRIMEIROS PASSOS: COMO VAMOS COMEÇAR?

Qual seria a maneira mais eficaz de começar a seguir adiante com a estratégia? Que potenciais metas ou projectos de curto prazo iriam juntar as pessoas certas, simbolizando maior trabalho pela frente e a criação de algo exequível que estabelece as bases para o passo seguinte?

AVALIAÇÃO: COMO VAMOS SABER SE ESTÁ A FUNCIONAR?

Como acontece com qualquer viagem longa, o percurso tem de ser verificado ao longo do caminho. A estratégia precisa de ser avaliada, revisitando cada uma das perguntas acima (por exemplo: Será que estamos a visar os alvos certos? Estamos a alcançá-los?). É importante ser capaz de efectuar correcções de meio-termo para abandonar os elementos da estratégia que quando postos em prática não funcionam.

³³ Shultz, Jim. Key questions for develop strategy. Democracy Center (www.democracyctr.org). San Francisco, CA.

Folha de Apoio 27: Campanha de Planeamento para EACs³⁴

OLHANDO PARA FORA:	
METAS: (ou OBJECTIVOS)	O QUE QUEREMOS?
AUDIÊNCIAS:	QUEM NOS PODE DAR ISSO?
MENSAGEM:	O QUE ELES PRECISAM DE OUVIR?
MESSAGEIROS:	DE QUEM PRECISAM OUVIR?
ENTREGA:	COMO PODEMOS LEVÁ-LOS A OUVIR?

OLHANDO PARA DENTRO:	
RECURSOS:	O QUE É QUE TEMOS?
LACUNAS:	QUE MAIS PRECISAMOS DESENVOLVER?
PRIMEIROS PASSOS:	COMO VAMOS COMEÇAR?
AValiação:	COMO VAMOS SABER SE ESTÁ A FUNCIONAR?

³⁴ Shultz, Jim. Key questions for develop strategy. Democracy Center (www.democracyctr.org). San Francisco, CA.

Folha de Apoio 28: Exemplo de um Plano de Campanha EAC

Cenário Escolar:	Os professores estão a explorar sexualmente garotas, afectando a sua capacidade de obter uma educação e colocando-as em risco de HIV/SIDA.
OBJECTIVOS:	Criar consciência sobre o assédio sexual e parar a exploração sexual das meninas na escola.
AUDIÊNCIAS:	Estudantes, conselho directivo de estudantes, polícia, enfermeiros, pais, professores e assistentes sociais.
MENSAGEM:	Esse comportamento é uma violação dos 'direitos básicos das meninas'. Isso conduz a gravidez indesejada e transmissão de doenças sexualmente transmissíveis. Perpetradores devem ser presos. Reunir estatísticas para apoiar as mensagens.
MESSAGEIROS:	Sobreviventes; representantes de cada uma das principais audiências, que estão de acordo com a mensagem e com a campanha; a EAC em si.
ENTREGA:	Organizar uma reunião inicial e então progredir no decurso das reuniões de campanha. Preparar um currículo que queremos que seja incorporado no programa escolar para prevenir ou tratar do problema. Organizar eventos culturais populares. Coloque materiais IEC nas vitrinas das escolas.
RECURSOS:	Aliados, local e materiais; a EAC em si; lei (do nosso lado); sobreviventes (para participar da campanha, alguns dos quais podem estar dispostos a falar).
DESVIOS/GAP'S:	Existe uma necessidade de desenvolver a confiança com os formandos (alunos) na escola. Iniciar uma EAC de Pais, Professores e Alunos (PPA) para abordar esta questão.
PRIMEIROS PASSOS:	Recolher informação sobre a escola. Estabelecer aliados. Descobrir quem está interessados em integrar uma EAC PPA. Recolher estatísticas.
AVALIAÇÃO:	A EAC PPA está a funcionar? Os perpetradores são punidos? As vítimas estão a tornar-se sobreviventes?

Folha de Apoio 29:

Critérios para uma Grande Campanha EAC

Esta questão é muito boa, porque...

- Proporciona novas oportunidades para um envolvimento masculino construtivo na comunidade
- Já existem alguns apoios públicos (tal como reflectido na nossa avaliação da comunidade)
- Permite a EAC revelar os padrões de género baseados em política e prática tendenciosa em uma instituição
- Permite a EAC para revelar as assunções feitas sobre homens e mulheres numa política ou instituição particular
- Irá aumentar o acesso das pessoas à segurança e apoio em torno de questões de HIV/SIDA e ou de violência baseada no género
- Oferece provas de discriminação de género ou histórias que dão suporte ao processo de EAC

Este problema também abarca outros critérios que preocupam a EAC, como por exemplo...

- “Vencibilidade”: Podemos, de facto cumprir a nossa meta
- Variedade de oportunidades de liderança
- Clareza de estrutura temporal
- Facilidade e clareza de comunicação como mensagem
- Atracção de aliados na comunidade
- Entusiasmo dos membros da EAC

3.7 Actividades de Avaliação

Objectivos

1. Regular e sistematicamente fazer perguntas sobre o progresso em direcção aos objectivos da sua EAC
2. Documentar os resultados da EAC e disponibilizá-los numa central e lugar conveniente
3. Ajustar o curso da EAC, na medida do necessário

Tempo

45 minutos

Materiais

- Cópias suficientes da Folha de Apoio 30: Avaliação e Checklist e Folha de Apoio 31: Trabalhar na Moradia para os Funcionários das Minas para todos os participantes
- Flipchart
- Marcadores
- Papel
- Capas

Passos

1. Explique aos participantes que a avaliação é uma parte importante de verificação do trabalho que a EAC está a levar a cabo.
2. Distribua a Folha de Apoio 31: Trabalhar na Moradia para os Funcionários das Minas. Depois que os participantes tiverem passado a folha em revista, faça as seguintes perguntas:
 - ▶ No presente estudo de caso, o que CGJ fez para avaliar quão bem feito foi o seu plano de trabalho ao longo do percurso? Considere, por exemplo, quando se começou a falar com os anciãos nos albergues, quando realizou os seus primeiros treinamentos nos albergues e quando mais tarde eles retornaram para executar um treinamento para os indunas.
 - ▶ Que tipo de informação pode indicar se CGJ está a mudar com sucesso atitudes dos homens nos albergues?
 - ▶ Que tipo de informação pode indicar se há ou não qualquer mudança de comportamento por parte dos homens nos albergues?
 - ▶ Se fosse organizada uma EAC no albergue, a fim de que os homens a viver lá continuassem a prestar informações e a distribuir preservativos aos restantes moradores do albergue, como você acha que eles poderiam avaliar o sucesso dos seus esforços?

Todos os meses, utilizar uma parte da reunião da EAC para com os membros verificar o que está a funcionar, o que estão a aprender e o que precisa ser melhorado. Realizar também sessões de avaliação EAC depois de cada actividade na comunidade.

Você pode distribuir um questionário (tal como a Folha de Apoio 24) se for apropriado, ou você pode fazer uma discussão de grupo. Você também poderá pôr as pessoas a discutir as questões aos pares e depois dar seguimento da discussão com o grupo maior.

3. Peça aos participantes que respondam às seguintes perguntas de avaliação, quer por escrito, ou oralmente, como grupo:
 - ▶ O que vai bem? O que foi que alcançámos?
 - ▶ O que não vai bem? Porquê?
 - ▶ Que lições aprendemos?
 - ▶ Como podemos mudar para melhorar as coisas?
4. Como alternativa, você pode pedir ao grupo para discutir as questões sobre a Folha de Apoio 30: Checklist de Avaliação.
5. Facilite uma discussão de grupo, centrando-se em coisas concretas e coisas que você aprendeu você pode mudar agora.
6. Registe as respostas da EAC na planilha ou num outro pedaço de papel e ate-as no classificador de avaliação para referência futura.
 - Certifique-se de reforçar o seguinte aos participantes: Começar com o positivo - ajuda a manter a dinâmica e a reconhecer as realizações do grupo. Mesmo que as pessoas sintam que alguma coisa foi um "fracasso", há a certeza de haver coisas positivas provenientes da experiência.
 - Focalizar sobre o que a EAC aprendeu ao longo do percurso: mesmo que as coisas não tenham funcionado da forma esperada, todos continuam a aprender ainda.
 - Por último, incida sobre as oportunidades construtivas da sua EAC ou da sua campanha.

Folha de Apoio 30: Checklist de Avaliação

Sobre a seguinte planilha / checklist, seja o mais específico possível, com nomes, números, locais, horários, etc. Preencha a planilha durante cada "Avaliação" durante a sua campanha, e coloque todos os formulários preenchidos, numa pasta especial para que você possa aceder à informação sempre que for necessário. Use o verso da folha, se necessitar de mais espaço.

Data: _____

- **O que fizemos na nossa campanha EAC?**
Quantas actividades completámos ou iniciámos? Até que ponto pensamos estar a atingir as nossas metas? (Consulte o seu plano de campanha.)
- **A quem atingimos?**
Quem esteve envolvido e /ou ficou envolvido? (Use nomes reais dos indivíduos ou grupos.) Quem é que falta? Será que estamos a atingir as pessoas que estabelecemos alcançar?
- **Onde estamos activamente envolvidos?** Os locais que usamos funcionam bem?
- **Quando poderemos atingir melhor o nosso público-alvo?**
A nossa temporalização de actividades funciona bem? Será que estamos no bom caminho com a nossa própria cronologia? Porquê ou por que não?
- **Como estamos a realizar o trabalho?**
O que aprendemos sobre processos que auxiliam o nosso trabalho? Há no nosso trabalho algumas formas que precisam de ser ajustadas? Que novos processos precisamos incorporar?

Folha de Apoio 31: Trabalhar na Moradia para os Funcionarios das Minas

Moradias são notoriamente lugares conservadores. Isto faz com que as realizações do Canal do Grupo de Jovens (CGJ), resultante da formação pelo Homens Como Parceiros (HCP), efectuada dentro da moradia de Tembisa sejam de facto extraordinárias.

Inicialmente, o pessoal do CGJ enfrentou resistência por parte dos homens idosos nos albergues, os quais bloqueavam categoricamente o acesso a moradia. Confrontado com esta resistência, o pessoal do CGJ e a Associação Sul Africana de Planeamento Familiar (ASAPF) trabalharam em conjunto para desenvolver uma estratégia de modo a obter acesso as moradias. Isso envolveu o director do CGJ, George Chauke, em reuniões com líderes políticos locais, em parte para navegar as políticas das moradias, bem como com os líderes tradicionais ou indunas que normalmente gerem as moradias. George, tendo estabelecido a sua credibilidade com os indunas em parte por respondendo a perguntas sobre a sua cerimónia de iniciação que provou que ele era um “verdadeiro homem”, foi dada autorização ao CGJ para realizar um seminário de cinco dias a 30 moradores da moradia.

Quase todos se mostraram negativos e resistentes no primeiro dia que envolveu discussão de valores, género e poder. No segundo e terceiro dias, a equipa de facilitação do CGJ usou o fórum de teatro para mostrar as relações de poder entre homens e mulheres e como estas podiam mudar. Ao último dia, era como se houvesse um núcleo duro de participantes que ainda resistiam, mas estes eram na sua maioria os indunas.

Por isso, a equipa regressou dois meses depois de para realizar outro seminário HCP, mas apenas para os indunas. Dirigir-se-lhes especificamente e adequar as mensagem do HCP para os seus interesses em assuntos do relacionamento (e não questões de igualdade de direitos da mulher, que seria mais provável provocar a sua resistência) provou ser eficaz. Um pastor local foi convidado a dar testemunho de como ele tinha mudado no seu relacionamento e a importância espiritual disso. Até ao final do seminário, os indunas foram favoráveis à expansão do programa HCP na moradia.

Caixa: Mantendo um dossier de avaliação

Pode ser útil ter um “ dossier de avaliação ” ou pasta, onde você guarda:

- Todos os documentos escritos ou notas das suas discussões de avaliação
- Notas das reuniões EAC
- Avaliações de quaisquer apresentações que tenha feito na comunidade
- Artigos de jornal sobre a sua EAC e seus eventos EAC
- Folhetos que você tenha desenvolvido
- Fotos dos seus eventos
- Quaisquer outras evidências que demonstrem que está a alcançar os seus objectivos

3.8 Mantendo Envolvimento Voluntário

Objectivos

1. Reflectir sobre o que é preciso para apoiar voluntários, a longo prazo

Tempo

30 minutos

Materiais

- Flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 32: Dicas para Sustentar Envolvimento Voluntário para todos os participantes

Notas do Facilitador

Este exercício dá aos membros da EAC uma oportunidade de reflectir sobre o que os motiva a estar envolvidos como voluntários, desafios que eles podem enfrentar e como todos podemos ter as nossas necessidades preenchidas como voluntários e aumentar o nosso empenho.

Passos

1. Explique aos participantes que as pessoas juntam-se e ficam com grupos voluntários da comunidade como EAC, por muitas razões. Esta actividade explora algumas dessas razões.
2. **Reflexão (5 minutos)**
Peça aos membros EAC a pensar numa experiência voluntária que tiveram no passado. Em seguida, faça-lhes as três perguntas seguintes:
 - ▶ Por que você se envolveu? (Motivação)
 - ▶ Porque é que ficou? (Compromisso)
 - ▶ Por que você saiu? (Desafios)
3. **Audição Activa (10 minutos)**
Dê às pessoas alguns minutos para reflectirem sobre si próprias e, em seguida, encontrar um par. Um dos elementos do par vai levar mais alguns minutos para partilhar a sua experiência e responder às perguntas; depois irão mudar e a segunda pessoa irá também partilhar a sua experiência e respostas.
4. **Discussão do Grupo Grande (15 minutos)**
Reuna os participantes para discutir as três perguntas. Crie listas para cada categoria: Motivação, Comprometimento e Desafios. Em seguida, crie uma lista de como vocês concordam em apoiar-se uns aos outros como voluntários EAC.

No encerramento, com a ajuda dos participantes, liste as dicas que podem ajudar os voluntários, envolvidos com EAC se sentem mais valorizados. Distribua a Folha de Apoio 32 e repasse as dicas incidindo sobre aquelas que não foram mencionadas na lista.

Folha de Apoio 32:

Dicas para Sustentar Envolvimento Voluntário

Seja claro sobre a tarefa

Preste atenção no planeamento e papéis para que as pessoas saibam o que precisa ser feito, por que razão, por quem e quando.

Reconheça as Pessoas

Dar responsabilidade às pessoas, deixar que elas conduzam algumas das actividades e, em seguida, dar-lhes crédito para o trabalho que fazem. Homenagear publicamente aqueles que trabalharam arduamente para realizar uma actividade, reconhecendo-lhes com certificados ou realizando uma festa especial para os voluntários. Descobrir o tipo de reconhecimento que seja mais significativo para elas.

Construindo Relacionamentos

Ajuda os membros a apoiarem-se mutuamente no desenvolvimento das suas capacidades, construir confiança, e expressar os seus sentimentos. Certifique-se que a EAC tem algum tempo para discussões pessoais, bem como “ter o trabalho feito” na comunidade. Preste especial atenção à construção da equipa.

Prestar Cuidados às Crianças ou aos Velhos, se possível

Pode ser difícil para algumas pessoas, especialmente mulheres, participar de uma EAC devido a obrigações familiares, baseadas no seu género. Faça uma tempestade de ideias sobre como a EAC pode abordar alguns destes obstáculos à participação.

Respeitar a Diversidade

Certificar-se de que a linguagem que você usa e as actividades que você faz são respeitadas e inclusivas para todas as pessoas. Reconheça que estamos enraizados nas estruturas que se pretende alterar e portanto, os mesmos problemas - sexismo, racismo, classismo, homofobia, xenofobia, e idade - provavelmente existem na EAC. Este facto pode mudar quando os membros são confrontados sobre as suas atitudes e comportamentos opressivos, e são apoiados a mudá-los.

Encorajar o crescimento

Proporcionar educação permanente em torno das questões, bem como adquirir competências. Incentivar as pessoas a identificar as áreas em que gostariam de melhorar e, em seguida, dar-lhes a oportunidade de praticar. Usar a avaliação como uma oportunidade para a EAC aprender e crescer.

Celebrar Resultados

Certifique-se de comemorar os resultados que a sua EAC realiza numa base regular, e não esqueça de incluir humor e interacção no seu trabalho!

3.9 Transições

Objectivos

1. Identificar quando fechar ou reagrupar a EAC

Tempo

30 minutos

Materiais

- Papel flipchart
- Marcadores
- Cópias suficientes da Folha de Apoio 33: Transições e Folha de Apoio 34: Sabendo Quando a Fechar ou Reagrupar o EAC para todos os participantes

Passos

1. Explique aos participantes que todos os grupos e organizações estão em constante mudança, e que as EAC não são excepção. Cada EAC terá um “ciclo de vida” natural que inclui ser muito activo e, eventualmente, encerrar ou mudar a forma de agir. À medida que a EAC cresce e faz o seu trabalho na comunidade, é importante prestar atenção a estes ciclos naturais e para saber quando encerrar ou reagrupar os membros da EAC membros de uma maneira diferente.
2. Distribua a Folha de Apoio 33: Transições. Peça aos participantes para analisá-la e discutir as seguintes perguntas:
 - ▶ Que circunstâncias poderiam provocar o encerramento de uma EAC? O que poderia fazer com que isso se transformasse numa experiência positiva ou negativa para os membros da EAC?
 - ▶ Se esta EAC tivesse decidido continuar com um grupo de membros mais restrito, o que eles poderiam ter feito para manter (ou apoiar) a participação dos seus membros?
 - ▶ Como pretende voltar a reagrupar periodicamente para a EAC, ou reorganizá-la, se necessário?
3. No encerramento, distribua a Folha de Apoio 34: Sabendo Quando Fechar ou Reagrupar o EAC e analise-a com os participantes.

Folha de Apoio 33: Transições

A EAC de Fé HCP teve muito o que comemorar no final do ano. O seu principal objectivo era o de encontrar, pelo menos, cinco pastores nas igrejas locais para discutir a relação entre violência baseada no género e HIV/SIDA nos seus sermões e ensinamentos. No início do ano, eles organizaram uma “oração de pequeno-almoço”, durante a qual um ministro local compartilhou informações de um encontro regional da Iniciativa Ecuménica HIV/SIDA em África. Nesta reunião, diversos participantes da EAC reconhecidos cristãos na comunidade testemunharam sobre a ligação entre o género e o HIV/SIDA nas suas vidas. No início, todos os pastores, à excepção de um, mostraram-se resistentes para falar de sexo e violência conjugado com o HIV/SIDA. Mas, como a EAC tomou acção através da sensibilização, educação, e inclusive pressionando os pastores, construindo alianças dentro das congregações. Sete pastores - mais de metade das pessoas que assistiram inicialmente à “oração de pequeno-almoço”, foram persuadidos a falar sobre a ligação entre a violência baseada no género e HIV/SIDA.

A EAC realizou a última reunião do ano para reflectir sobre as suas vitórias e plano para o futuro. Diversos membros EAC anunciaram novos desenvolvimentos importantes nas suas próprias vidas. Vusi tinha decidido prosseguir os estudos para se tornar ministro. Mandla tinha recebido uma oferta de emprego numa ONG. Oscar e Cindy tinham um novo bebé a caminho, e eles estavam a pensar em mudar-se. Após o check-in, Marcus, que era o facilitar esse dia, disse “Estou muito feliz por todos vocês, mas o que irá acontecer com a EAC? “

Os membros EAC fizeram uma tempestade de ideias sobre o que poderia acontecer de seguida: Recrutar novos membros? Continuar com um grupo de membros mais restrito? Fundir com outra EAC? Fechar a EAC? Após muita discussão, os membros decidiram que a EAC de Fé HCP seria dissolvida. Alguns dos membros deveriam aderir a uma nova EAC que estava a começar numa comunidade vizinha. Todos os membros da EAC falaram sobre as formas através das quais poderiam continuar a advogar sobre género e HIV, como indivíduos, dentro da igreja, nos seus locais de trabalho e em suas vidas pessoais. Eles agradeceram-se uns aos outros e fizeram planos para uma “oração de pequeno-almoço” com os pastores que haviam respondido bem às campanhas.

Folha de Apoio 34: **Sabendo Quando Fechar** **ou Reagrupar a EAC**

Por vezes, EAC's serão criadas para uma tentativa de curto tempo (um ano, por exemplo). Uma EAC pode optar por restringir-se a uma campanha ou actividade, uma vez que pode ser mais fácil para os membros da comunidade estar envolvidos se souberem que não terão de estar comprometidos eternamente.

Existem muitas razões pelas quais uma EAC poderá decidir dissolver-se:

- A EAC já cumpriu os seus objectivos e já não é necessária. Por exemplo, se uma EAC já trabalhou numa grande campanha para obter a iluminação pública das ruas num determinado bairro, talvez deva dissolver-se depois que a iluminação tiver sido instalada.
- Os membros nucleares da EAC estão prontos para seguir em frente e não há ninguém que esteja em condições ou disposto a assumir o papel principal organizador.
- A EAC está a lutar para obter recursos suficientes para realizar o trabalho e outra instituição, tais como a clínica de saúde ou uma ONG/organização comunitária - está pronto para assumir o trabalho a EAC vinha a fazer.
- Existem conflitos irreconciliáveis ou energia negativa dinâmica entre alguns dos membros-chave da EAC, e decidem reagrupar-se e voltar a trabalhar em duas campanhas EAC diferentes.

Reflexão Constante

Independentemente da forma como a EAC tenha sido criada – quer tenha sido por tempo limitado ou longo, o importante é que reflecta regularmente sobre as seguintes perguntas. Uma boa hora para reflexão é imediatamente após uma grande acção ou campanha.

- Será que queremos continuar a EAC? Se algumas pessoas querem seguir em frente e outros querem parar, pode-se decidir pelo reagrupamento e redefinição da sua EAC com os membros que ficarem.
- Faz sentido continuar? O que é preciso para continuar este trabalho? Será que ter os recursos - tempo, energia, contactos, etc., para tornar a EAC rentável?

Terminando Com Estilo

Desmantelar ou o reagrupar pode ser um acto positivo, criativo quando feito com integridade e cuidado. Aqui estão algumas dicas para encerrar com estilo:

- Se a sua EAC tiver existido por algum tempo, certifique-se de envolver os membros da comunidade na decisão de encerrar. Convidar as pessoas-chave para as reuniões em que se podem discutir os prós e os contras do desmantelamento da EAC ou outras opções como o reagrupamento ou a fusão com outra organização. Seja honesto e aberto sobre as suas razões para querer pôr fim a EAC.

- Encontre formas de comunicar todas as lições que você aprendeu e o que você porventura conseguiu - através de um fórum da comunidade, evento ou escrevendo um artigo para o jornal local. Entregue sobre qualquer informação recolhida - tal como documentação dos assuntos, cobertura dos seus eventos pela mídia, análises que você tenha escrito – para outra ONG, organização comunitária ou biblioteca local.
- Se possível, ponha em prática um plano de saída relativo a eventuais necessidades em curso. Por exemplo, se a EAC tiver estado um grupo na clínica de saúde, veja se pode encontrar um funcionário da clínica ou um outro voluntário para assumir o grupo. Se existir outra ONG ou organização comunitária a trabalhar em questões semelhantes, veja se eles poderiam estar dispostos a assumir algumas das principais actividades da EAC.
- Finalmente, é especialmente importante agradecer as pessoas e mostrar apreço por todo o trabalho árduo que as pessoas tenham dedicado a EAC. Organize uma festa para comemorar todas as realizações da EAC. Lembre-se, também, que mesmo que a EAC não "ganhe" as suas campanhas e mesmo se decidir fechar, ainda tem impacto positivo na comunidade e será lembrada pelos anos seguintes.

