

## Resumen - Reporte de Evaluación de la campaña BUD2023

Este año 2023, la campaña del Día de la Sombrilla Azul (BUD) ha tenido una importante repercusión en diferentes frentes en los que han participado **22 miembros de 19 países a través de actividades de sensibilización, formación y promoción** dirigidas a niños, comunidades, cuidadores clave, medios de comunicación, personal de instituciones públicas y responsables políticos.



Los objetivos del Día de la Sombrilla Azul son hacer hincapié en la necesidad de que los adultos atiendan a todos los niños, independientemente de su sexo; poner de relieve que los varones también pueden ser víctimas de daños; cuestionar los estereotipos nocivos de la masculinidad; sensibilizar sobre la protección de los niños en Internet; y abogar por servicios de apoyo integradores para los varones afectados por la violencia sexual.

Los esfuerzos realizados por los miembros de Family for Every Child y la secretaría llegaron a **más de 255.000 personas a través de las redes sociales y a más de 17.000 directamente**. El alcance de los miembros es un 320% superior al de la campaña BUD de 2022.

En general, la campaña intentó crear un entorno más seguro para los chicos y abordar las causas subyacentes de los abusos. Mediante actividades de sensibilización, formación e incidencia política, las organizaciones miembros han promovido una cultura de prevención, protección y apoyo a los niños y jóvenes varones afectados por la violencia sexual en sus países, y en última instancia han trabajado por una sociedad libre de esta forma de abuso.

### Principales logros:

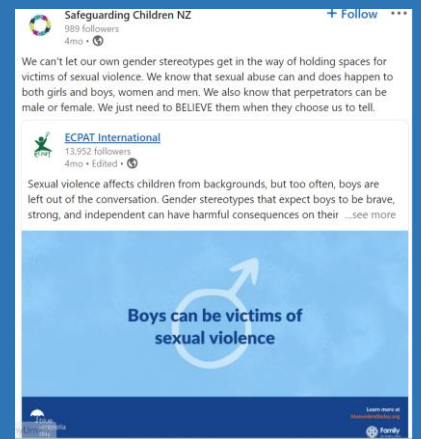
- 22 miembros de 19 países han llevado a cabo actividades de sensibilización, como talleres, desfiles, concursos de arte, demostraciones públicas, sesiones consultivas, ferias públicas y seminarios web. El 85% de los miembros llevó a cabo actividades dirigidas a niños, niñas y hombres jóvenes, el 70% diseñó actividades para llegar a profesionales del Estado, personal de ONG, padres o cuidadores; y el 60% dirigió sus actividades a una comunidad más amplia o a la población en general.
- El 90% de los miembros declararon haber emprendido iniciativas dirigidas a niños y jóvenes, asegurándose de que recibieran los mensajes de la campaña. Además, el 70% de los miembros ampliaron sus esfuerzos para llegar a las niñas, los padres y los profesionales del Estado, como trabajadores sociales, profesores, profesionales sanitarios y personal de protección de la infancia, ampliando así su alcance e impacto en la comunidad.



- 15 miembros han llevado a cabo actividades de formación en las que han participado más de 2500 personas. Los comentarios posteriores a la formación revelaron que más de 525 profesionales de atención de primera línea tienen más conocimientos y herramientas para responder a los casos de violencia sexual hacia los niños en 12 países.
- 14 miembros han llevado a cabo acciones de promoción que han llegado a 224 interesados gubernamentales, responsables políticos locales y funcionarios públicos, 40 redes de la sociedad civil, 19 ONG, 7 instituciones públicas y 3 asociaciones deportivas.
- A través de la promoción, las instituciones públicas y los gobiernos locales y nacionales se han comprometido a proteger a los niños de la violencia sexual en Liberia, Camboya, Zimbabue, Filipinas y Colombia.



- Socios estratégicos como Ignite Philanthropy, ECPAT International, Elevate Children Funders Group, ISPCAN y End Violence Against Children han apoyado la campaña. Todos ellos han promovido la campaña en sus redes sociales y han compartido paquetes de la campaña a través de correos electrónicos a sus seguidores. Algunos miembros de ECPAT International incluso celebraron el día en sus países. End Violence Against Children también publicó un artículo sobre la campaña en su [boletín](#).



- Además de las organizaciones miembros y los socios estratégicos, participaron en la campaña otras 12 organizaciones de Nueva Zelanda, Ghana, Sri Lanka, Estados Unidos, Tailandia, Kenia, etc.

- Algunos miembros han conseguido que los medios de comunicación tradicionales, como la radio, la televisión y los periódicos impresos y en línea, se hagan eco de la campaña BUD 2023. Por ejemplo, gracias a los esfuerzos de Voice of Children, diferentes periódicos de Nepal y Butterflies de la India, dos periódicos nacionales de habla inglesa y un diario hindi han mencionado la campaña. Asimismo, FOST en Zimbabue y Childlink en Guyana consiguieron cobertura en los canales de noticias de televisión.



### Lecciones aprendidas y recomendaciones

Los miembros que hicieron comentarios sobre el apoyo de la Secretaría expresaron opiniones positivas sobre la puntualidad de su asistencia, la eficacia de su coordinación y el rápido desembolso de los fondos. Elogiaron a la Secretaría por el éxito de sus actividades, que atribuyeron a una planificación temprana y a su participación activa en las iniciativas del BUD. Los miembros también valoraron el papel de la Secretaría en el fomento de la colaboración, el intercambio de conocimientos y el establecimiento de plataformas sociales internacionales.

Las recomendaciones para futuras campañas incluyen la participación de los medios de comunicación locales, una mayor implicación de los padres y las escuelas, la planificación temprana con las partes interesadas pertinentes y el establecimiento de una red de organizaciones de la sociedad civil. Entre las sugerencias para mejorar el apoyo a futuras campañas figuran la conexión con otras partes interesadas, la planificación anticipada y la difusión de recursos, el aumento de los seminarios web posteriores a las campañas para el intercambio de conocimientos, y el apoyo técnico y la formación continuos.

### Conclusión

En conclusión, la campaña contra la violencia sexual dirigida a los niños ha logrado avances significativos en la concienciación y la implicación de las partes interesadas. A partir de las lecciones aprendidas y las sugerencias, las futuras campañas pueden ampliar aún más su impacto mediante la colaboración, la movilización de recursos y estrategias específicas. Se reconocieron y apreciaron los esfuerzos de la Secretaría de la Familia, y las organizaciones expresaron su compromiso de continuar la campaña el año siguiente.

### Miembros que han participado

#### Sur y Este de África

- Challenging Heights, Ghana
- Children Assistance Programme (CAP), Liberia
- Children in Distress Network (CINDI), South Africa
- Farm Orphans Support Trust (FOST), Zimbabwe
- Gender Violence Recovery Center (GVRC), Kenya
- Undugu Society, Kenya

#### América Latina y el Caribe

- Taller de Vida, Colombia
- Projeto Legal, Brazil
- Paicabi, Chile
- JUCONI, México
- CONACMI, Guatemala
- Childlink, Guyana
- A.B. Terra dos Hommens, Brazil

#### Asia

- Praajak, India
- Foundation for Innovation Social Development (FISD), Sri Lanka
- First Step, Cambodia
- Center for the Prevention and Treatment of Sexual Abuse (CPTCSA), Philippines
- Butterflies, India
- Association for Community Development (ACD), Bangladesh

#### Norte de África y Oriente Medio

- Hyate Sende, Turkey
- Hope Village Society, Egypt