

M
T
E



COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

RESUMO DE
ACTIVIDADES

ABRIL 21 - FEBREIRO 22

INDICE

1. TRABALLOS PARA A POSTA EN MARCHA DO PROXECTO	PÁX. 3
2. TRABALLO REALIZADO COS AXENTE ECONÓMICOS E SOCIAIS DA CIDADE	PÁX.4
3. ACCIÓNS FORMATIVAS	PÁX.4
4. CAMPAÑAS REALIZADAS POR COMPOSTELA TM	PÁX.5
5. CAMPAÑAS REALIZADAS EN COLABORACIÓN CON OUTROS AXENTES E/OU ENTIDADES	PÁX.7
6. LABORES DE COMUNICACIÓN	PÁX.11

Durante estes 10 meses de traballo, realizáronse diversas tarefas encamiñadas á reactivación e posta en valor do programa “Compostela Territorio das Mulleres”; Un programa, que está dirixido á construción dun modelo de cidade con perspectiva de xénero, no que os axentes sociais e o sector económico están implicados para crear un mapa de recursos, lugares e instalacións que contribúan a que Santiago sexa unha «cidade máis accesible, máis inclusiva e máis igualitaria”.

A continuación pasaremos a realizar un breve resumo dos traballos realizados para a consecución de dito obxectivo.

1. TRABALLOS PARA A POSTA EN MARCHA DO PROXECTO.

- Redacción de documentos de diversa índole encamiñados a recadar datos específicos ao respecto da realidade dos sectores económicos e sociais de Compostela; que a longo prazo, permitan realizar unha análise pormenorizada da súa situación, necesidades etc. Isto permitirá o deseño e implementación de accións e políticas específicas. Entre os materiais elaborados figuran:
 - Elaboración dunha enquisa inicial para solicitar a adhesión para os axentes sociais e económicos de hostalaría, restauración, comercio e cultura.
 - Redacción das enquisas a realizar a aquelas entidades que soliciten a súa adhesión do sector do comercial e cultural; así como, modificación das xa existentes.
 - Redacción dun “decálogo de boas prácticas” para o sector cultural e comercial.
 - Elaboración dunha ficha de aceptación para o envío de informacións relacionadas co proxecto para aqueles establecementos do sector hostaleiro que xa estaban adheridos á campaña.
- Labores para o acceso aos correos de Gmail e yahoo así como a web e cambio de contrasinais de acceso.
- Creación dos perfís en twitter e instagram e acceso a facebook.
- Creación do sistema de mailing e dunha enquisa de entrada, recepción das entidades.
- Labores de actualización da web consistentes en:
 - Incorporación das enquisas de comercio e cultura.
 - Modificación da home para dotala de información referida ao lanzamento do proxecto.
 - Actualización de novas.
 - Actualización de axenda.

2. TRABALLO REALIZADO COS AXENTES SOCIAIS E ECONÓMICOS DA CIDADE

Comezamos a nosa andaina con **18 axentes sociais e económicos** que a día de hoxe, **se converteron en 71** do eido cultural, hostaleiro, restauración e comercio.

- Durante o primeiro mes acometéronse numerosas tarefas de actualización das bases de datos ao respecto das entidades que figuraban como participantes no programa. Para elo levouse a visita a cada un dos establecementos coa finalidade de aportarlles información específica sobre a reactivación do programa
- Realizáronse e realízanse; visitas personalizadas, tanto ás entidades que ficaron adheridas á como aquelas que se decidiron incorporar posteriormente, para dotalas de información específica ao respecto do proxecto así como materiais de diversa índole entre os que se atopa un autocolante, para a súa identificación como entidade como colaboradora e un decálogo de boas prácticas coa finalidade de guiar a súa actividade cotiá e facer de Santiago unha cidade “Women friendly”. Nestas visitas tamén se realiza unha enquisa inicial que nos permitirá analizar a situación e posición das mulleres dende diversos prismas dentro da organización e na proxección desta á sociedade.
- Realizamos a entrega dos materiais deseñados especificamente para cada unha das campañas, encamiñados as labores de sensibilización, información e concienciación da cidadanía, e cuxa finalidade é visibilizar a discriminación e desigualdade a que están sometidas as mulleres de tódalas franxas de idade, etnias, culturas, raza etc así como outros colectivos como LGTBQ+, co fin de contribuír á creación dunha cidade máis diversa e respectuosa.
- Levouse a cabo o deseño de imaxe, redacción e edición dun total de 400 trípticos informativos para dar a coñecer Compostela Territorio das mulleres entre os axentes sociais e económicos.
- Proporcionáselles un asesoramento e atención continuada no que se resolven as súas dúbidas no prazo de 24 a 48 horas (fin de semana).

3. ACCIÓNS FORMATIVAS

Durante este mes de febreiro púxose en marcha unha acción formativa para as entidades e axentes que forman parte do proxecto denominada “Linguaxe e imaxe con perspectiva de xénero” coa finalidade de aportar algunhas nocións e ferramentas útiles para favorecer o uso dunha linguaxe oral, escrita e/ou visual inclusiva e responsable para con toda a sociedade. Entendemos que a implicación de todos e cada un dos axentes sociais e económicos como xeradores de espazos de intercambio humano e social poden perpetuar, pero tamén desactivar con gran eficacia, todos aqueles factores que contribúen a manter os estereotipos, prexuízos e comportamentos que seguen obstaculizando unha igualdade completa e real entre mulleres e homes.

Os contidos tratados son:

- Introducción
- Aproximación o sistema sexo-xénero
- ¿Que é a violencia simbólica?
- O poder da linguaxe
- O poder da imaxe
 - o A importancia dos espazos
 - o A publicidade

Con respecto á duración e modalidade de impartición debemos sinalar que é dun total de 4 horas e telemática. Este formato responde á sondaxe previa realizada mediante o envío dun e-mail ás entidades presentándolle diversas opcións. O prazo para a súa realización é un mes, período durante o que terán a súa disposición unha plataforma moodle coa finalidade de respectar os ritmos individuais.

4. CAMPAÑAS REALIZADAS POR COMPOSTELA TM

- **“OES TI”**

Durante o mes de xuño e xullo púxose en marcha esta campaña encamiñada á prevención da violencia sexual e dirixida á educación en masculino. A campaña espallou pola cidade mensaxes claras e concisas sobre o consentimento e a liberdade sexual das mulleres que foron colocadas nos establecementos adheridos ao programa, outras entidades con afluencia de público (teatro principal, auditorio, zona C...), así como nas liñas de autobús urbano da cidade. As tarefas acometidas foron:

- Deseño da imaxe e lema.
- Adaptación e impresión de cartelería específica 300 carteis A3 e 50 A4
- Participación na impresión de 1000 bolsas de tea co slogan da campaña.
- Publicación e difusión en redes sociais mediante a contratación específica de publicidade que permitiu un mellor posicionamento e consecuentemente difusión da mensaxe.
- Reparto dos materiais entre as entidades. (cartelería e bolsas de tea para o reparto entre a clientela).

Coa presentación da campaña en instagram alcanzouse un 25% de seguidoras e seguidores que anteriormente non o eran. O impacto da campaña de #OesTi despregada en xullo de 2021 nas redes sociais foi de 40.000 persoas (o58% homes) .

- **“ESPAZO DE BOAS VERBAS”**

Con motivo do 25 de novembro, Compostela Territorio das Mulleres non podía deixar pasa esta data sen lembrar a todas aquelas que a diario lle miran os ollos á violencia machista; e a todas aquelas que xa non están, vítimas deste problema social de 1º orde. Por este motivo desenvolveuse unha campaña específica empregando para elo voces de muller que forman parte do tecido cultural da cidade.

- Realizouse o deseño impresión de cartelería específica, un total de 100 carteis en tamaño A3, que foron entregados ás entidades colaboradoras na que figuraba un poema de Sesé Mateo recollido do poemario “ No camiño do vento” publicado pola súa familia e amigas tras o seu asasinato a mans da súa exparella en 2017.
- Celebración dun recital de poesía na Casa Xohana Torres contando coa presenza de 3 mulleres pertencentes ao mundo cultural da cidade, Petronila Daza e Bea López; que puxeron voz ,e Amparo Rodríguez o violín. Durante a celebración do evento e a través deste formato abordáronse diversas realidades como a ablación de clítoris, a relegación da muller o eido privado, etc.
Na presente actividade participaron un total de 15 persoas das cales 4 eran homes.
- Gravación do evento para a súa posterior difusión en RRSS. A día de hoxe conta con 224 reproducións en facebook.

- **E TI, A QUE XOGAS?**

Esta campaña estaba dirixida ao público en xeral e moi especialmente ás familias, co obxectivo de promover a reflexión colectiva sobre como os agasallos poden reforzar ou rachar cos estereotipos sexistas que favorecen a limitación das capacidades e posibilidades de nenas e nenos, constituíndo de xeito decisivo na construción da identidade persoal, como un elemento fundamental de socialización e desenvolvemento persoal.

Para o seu desenvolvemento realizáronse labores que se detallan a continuación:

Elaboración de materiais específicos:

- Deseño e impresión de cartelería: 400 A3.
- Elaboración de 1200 máscaras lavables en cor violeta e interior negro co lema da campaña.
- 5000 pegatinas con imaxe e logo.

Estes materiais foron entregados a cada unha das entidades adheridas ao programa.

Labores de comunicación:

- Elaboración e difusión en RRSS dun decálogo de boas prácticas.
- Difusión en RRSS da campaña con pagamento de publicidade para favorecer o posicionamento e alcanzar un maior número de usuarias e usuarios.

5. CAMPAÑAS REALIZADAS EN COLABORACIÓN CON OUTROS AXENTES E/OU ENTIDADES

• 28 DE XUÑO- COMPOSTELA DIVERSA

Con motivo do gallo do 28 de xuño, equipo de Compostela, Cidade das Mulleres artellou e executou un plan de comunicación para o proxecto Compostela Diversa consistente principalmente na integración varias liñas de traballo no ámbito dixital:

- Envío de información sobre Compostela Diversa aos establecementos adheridos a Compostela, Territorio das Mulleres a través da lista de correo electrónico do proxecto.
- Integración da imaxe de Compostela Diversa na web (co banner principal e o vídeo da home) e nas redes sociais (coa imaxe de portada de todas as plataformas) de Compostela Territorio das Mulleres, durante as semanas de duración do evento.
- Creación dunha páxina con toda a información e materiais de descarga de Compostela Diversa na web de Compostela Territorio das Mulleres e difusión en redes máis incorporación da ligazón desta páxina ao perfil de Linktree de Compostela TM, coa finalidade de poder compartir de xeito claro e rápido a información útil co público interesado.
- Adaptación das imaxes e dos textos promocionais ofrecidos por Compostela Diversa ás distintas redes sociais e programación da súa difusión nos días previos ao programa.
- Creación dun destacado de stories no perfil de Instagram de Compostela Territorio das Mulleres, para que os contidos efémeros quedaran gardados e localizables.
- Difusión das fotografías das actividades proporcionadas pola organización de Compostela Diversa, etiquetando ás persoas participantes e ás entidades colaboradoras e creación e actualización dun álbum de fotos #CompostelaDiversa en Facebook ([ligazón](#)) co obxectivo de mellorar o impacto.

- Deseño dun concurso que animara o público a fotografar e compartir nas redes sociais a decoración urbana alusiva á campaña. Como premio do mesmo, entregouse un pack de diversos produtos. Compostela Territorio das Mulleres adquiriu un total de 6 libros para incluír no premio cuxos títulos se detallan a continuación:
 - o 3 unidades do título “22 segundos” autora Eva Mejuto.
 - o 3 unidades do título “ Mi adolescencia trans” de Fumettibautti.
- Xestión para a entrega do premio ás 3 persoas gañadoras.
- Posta en marcha de 2 campañas de publicidade segmentadas por un valor de 20 €, para a maior difusión do concurso, sorteo e entrega dos premios ás persoas gañadoras

Facebook: 21581 persoas alcanzadas (508 mediante publicidade) e 1113 interaccións

Instagram: 12529 persoas (7307 mediante publicidade) e 681 interaccións.

Twitter: 55415 impresións e 7251 interaccións.

Sen contar as posibles visitas á páxina de Compostela Diversa na web de Compostela Territorio das Mulleres, onde se dispoñía de toda a información e materiais actualizados, pois como adiantabamos non dispoñemos de acceso a esta información, podemos cifrar o impacto da campaña de #CompostelaDiversa despregada a finais do mes de xuño de 2021 nas redes sociais de Territorio das Mulleres en 89.525 persoas e 9.045 interaccións.

• PUNTO LILA

Durante os días 21, 26,27 e 28 a equipa de Compostela TM realizou labores colaboración no Punto Lila situado na Alameda en horario de atención ao público de 12:00 a 14:00. Realizouse un total de 8 horas de atención, no que se proporcionou información de diversa índole (información e asesoramento, puntos de atención, recursos municipais etc..) e reparto de materiais encamiñados a dar unha resposta contundente perante a violencia sexual.

Ademais das labores presenciais acometéronse as seguintes labores de comunicación:

- Creación dunha nova sobre a campaña na web de Compostela Territorio das Mulleres, cos materiais dispoñibles para libre descarga e uso, e a actualización dos mesmos cando así o requiriu o equipo de Deloga.
- Difusión da información ofrecida nos Puntos Lila e dos materiais da campaña nas redes sociais de Compostela Territorio das Mulleres

- Elaboración e actualización dun **album fotográfico** do "photocall" dos Puntos Lila en Facebook e difusión dunha selección desas mesmas fotografías en Twitter e Instagram.

Podemos cifrar en máis de 15.000 persoas o impacto da campaña de #CidadeLibredeViolencia despregada en xullo de 2021 nas redes sociais de Territorio das Muller

- **COLABORACIÓN CON LUZ DARRIBA. “TRÁTASE DE NON + TRATA”**

O Sábado 25 de setembro a Equipa de Compostela Territorio das Mulleres colaborou mediante o apoio á produción e comunicación na acción de Luz Darriba celebrada na Alameda de Santiago. Dita intervención, tiña como finalidade recordar e homenaxear ás mulleres e nenas desaparecidas polas mafias para a explotación sexual dentro da semana “Trátase de non + trata”. Durante a mañá procedeuse á colocación de máis de 100 prendas de roupa, colocación de cartelería específica, e difusión en redes.

- **VISIBILIZACIÓN DA FIGURA DA MULLER NO RURAL “ A VIDA CONTA”**

En colaboración con Cruz Dafonte e Manuel Tato persoal responsable da gravación e produción do documental “ A vida conta”; Compostela Territorio das mulleres elaborou e puxo en marcha un plan de comunicación específica. As tarefas executadas foron:

- Elaboración dunha proposta de comunicación e calendario de lanzamento.
- Selección de imaxes.
- Realización de clips de vídeo e audio.
- Redacción de nota de prensa.
- Difusión en web e redes dos vídeos de xeito continuado dende outubro ata xaneiro.

- **COMPOSTELA EN NEGRO**

Colaboración coa Campaña Municipal “ Compostela en Negro” mediante o envío ás entidades un e-mail informativo dándolles a oportunidade de recibir o material se así o desexaban. Finalmente, realizouse o reparto do material nun total de 45 establecementos adheridos a Compostela Territorio das mulleres.

A equipa de Compostela Territorio das mulleres tamén levou a cabo a actualización da información na WEB de Compostela en negro e da sección de novas.

- **PRESENTACIÓN PÚBLICA DO ANUARIO MUJERART**

Compostela Territorio das Mulleres colaborou coa presentación pública de MujerArt xa que resulta preciso mudar miradas ao respecto do:

- Posición e representación das mulleres nas artes escénicas, plásticas, musicais, audiovisuais, na literatura.
- Da falta de visibilidade do traballo das artistas e creadoras do mundo cultural.
- A falta de dereitos culturais equitativos, combinada con desigualdades económicas e sociais, dificulta e, na maioría dos casos, impide ás mulleres gozar da súa autonomía persoal, exercer os seus dereitos civís e políticos e, especialmente, participar na vida política de a súa comunidade ou o seu país.

Por este motivo o 11 de decembro ás 12:00 horas tivo lugar no NH Collection de Santiago de Compostela a presentación do anuario de MujerArt no que participaron un total de 5 artistas Ruth Lodeiro, Elena Alonso, María Gimenez, María Mendoza e Merche Páez que realizaron unha performance durante a celebración do evento.

Para o correcto desenvolvemento do mesmo; Compostela Territorio das Mulleres, cometeu diversas tarefas de organización, coordinación, difusión etc. Que a continuación procedemos a detallar máis polo miúdo:

- Labores de xestión :
 - Consecución dun espazo, luminoso, con capacidade para 80 persoas, ben ventilado etc. O lugar seleccionado foi o Hotel NH Collection de Santiago de Compostela na Sala Noia- Allariz.
 - Creación dunha enquisa telemática para a realización das inscricións do evento.
 - Coordinación para a contratación da impresión dos 100 volumes do anuario.
 - Coordinación e colaboración co CIM para reparto do anuario en centros de ensino primario e secundario da cidade de Santiago de Compostela.
- Labores de difusión: Deseño de cartelería específica adaptada ás RRSS e web, realizando difusión días previos ao evento.
- Labores de organización: para o correcto desenvolvemento do evento púxose a súa disposición medios e materiais de son e imaxe: micros, pes de micro, mesa de son e altosfalantes.

- **COLABORACIÓN PARA A DIFUSIÓN DO PROXECTO “HOMES DO FUTURO”.**

Compostela Territorio das Mulleres acometeu labores de preparación para a difusión do proxecto “Homes do futuro” levado a cabo por Cruz Dafonte. Traballos realizados:

- Subtitulado de cada unha das píulas das reportaxes audiovisuais.
- Difusión durante o mes de xaneiro tanto na web como RRSS dun total de 4 vídeos que recollen as reflexións sobre diferentes temáticas relacionadas coas violencias machistas de nove mozos da cidade con idades comprendidas entre os 10 e os 29 anos. Articuladas a través da realización de entrevistas individualizadas en diferentes contextos nos que se relacionaban os protagonistas; as súas respostas, proporcionarán un diagnóstico sobre as formas e eidos nos que se manifesta a violencia contra as mulleres.

6. LABORES DE COMUNICACIÓN

Buscamos integrar as actividades e mensaxes do proxecto no traballo que xa viñan desenvolvendo os colectivos, entidades e institucións da cidade, co obxectivo de sumar esforzos e converter o Territorio das Mulleres no grande punto de encontro dos feminismos e da igualdade na cidade. Así, ademais das campañas específicas previstas na nosa proposta e de dar difusión a todas as informacións relacionadas coa igualdade dentro do labor municipal, acompañamos o equipo encargado da programación de Compostela Diversa na difusión das súas actividades, o equipo de Cruza Dafonte e Manuel Tato na estrea do documental "A vida conta", o equipo de Uqui Permui na difusión da campaña do 20N e reforzamos, tamén, alí onde o consideramos pertinente a comunicación realizada polo equipo da Casa Xohana Torres.

Contamos, ademais, coa complicitade dos equipos dos principais eventos culturais da cidade, que nos axudaron a explorar as súas programacións dende unha perspectiva feminista.

Así durante este período abordamos diversas temáticas presentando a realidade das mulleres dende diversos prismas e tomando en consideración a influencia da interseccionalidade de xénero e a súa capacidade para xerar diferentes categorías sociais que xeran opresión e privilexios en base a súa pertencenza. Tentamos incorporar mensaxes construtivas que loiten pola igualdade real polo que tamén amosamos as diferentes realidades dos homes con masculinidades non hexemónicas.

Pulamos pola calidade das publicacións realizadas e por promover unha interacción activa como fonte de enriquecemento.

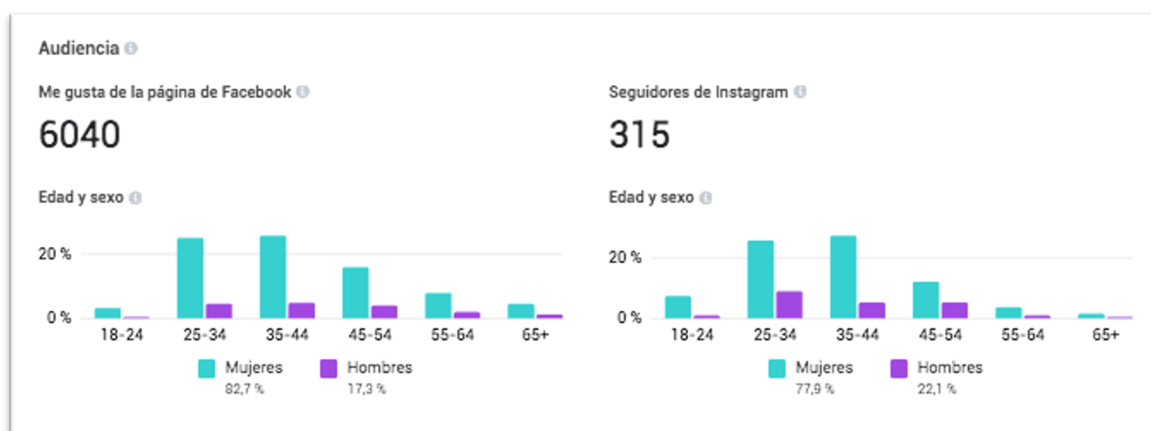
A continuación achéganse algunhas estatísticas ao respecto do seguimento e interacción nas RRSS dependentes do presente proxecto.

Realizase unha publicación media de 40 a 45 novas o mes en RRSS e 4 na WEB.

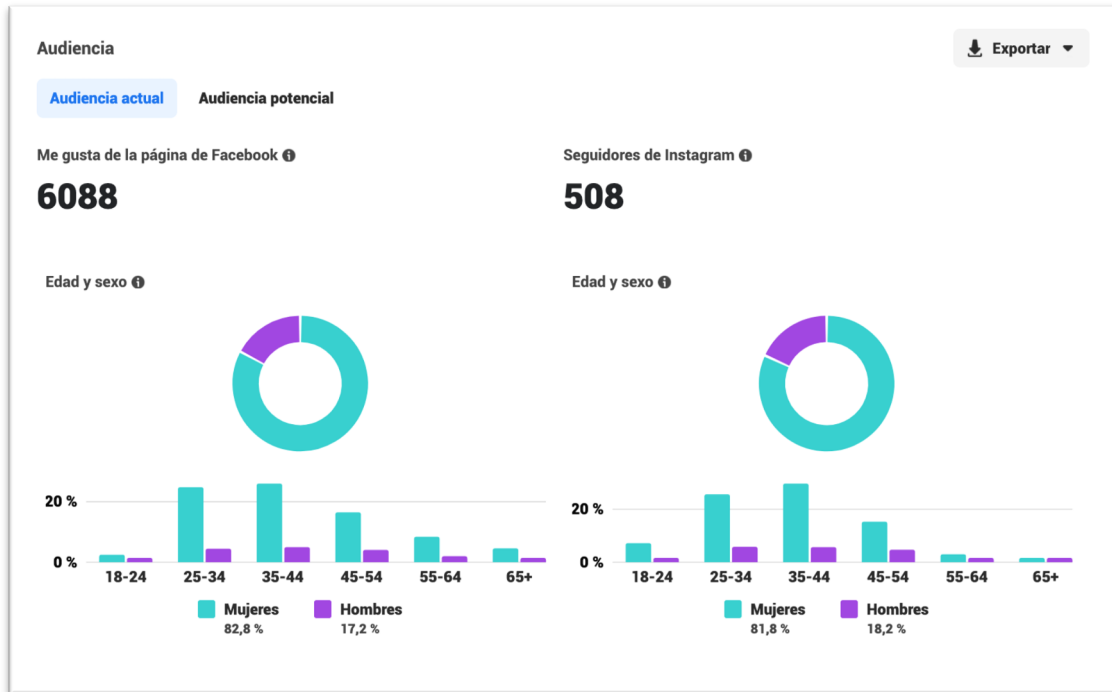
Debemos indicar; que se ben a conta de Facebook xa estaba en funcionamento, instagram e twitter foron creadas o día 20 de abril de 2021 polo tal, e como se constata a continuación, rexistran un menor número de seguidoras e seguidores, aínda que as cifras amosan unha boa evolución.

FACEBOOK	INSTAGRAM
Abril 2021	
6040 (82,7% mulleres e 17,3% homes)	315 seguidoras/es (77,9% mulleres e 22,1 homes)
Febreiro 2022	
6088 (82,8% mulleres e 17,2% homes)	508 seguidoras/es (81,8% mulleres e 18,2% homes)
TWITTER	
Actualmente contase cun total de 426 visitas ao perfil e 2360 impresións de tweets que nos indican a cantidade de veces que a xente visualizou o tweets.	

ABRIL



FEBREIRO



RESULTADOS DE ALCANCE EN FACEBOOK E INSTAGRAM

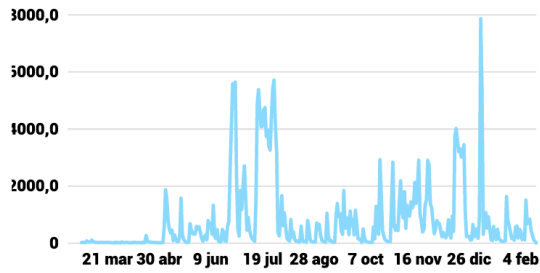


Alcance

Exportar

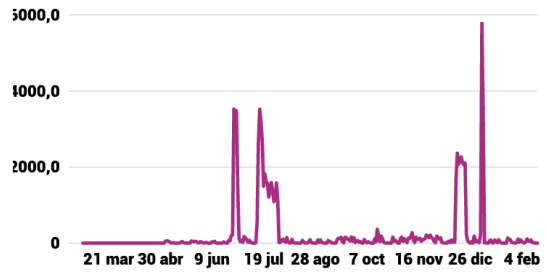
Alcance de la página de Facebook

103 280 ↑ 46,9%



Alcance de Instagram

35 883 ↑ 100%

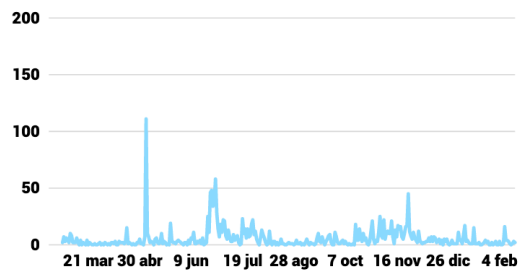


Visitas a la página y al perfil

Exportar

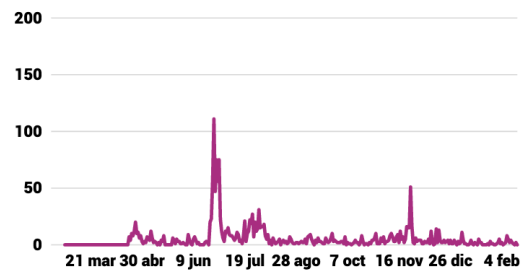
Visitas a la página de Facebook

1906 ↓ 24%



Visitas al perfil de Instagram

1811 ↑ 100%



TWITER XANEIRO

RESUMEN DE JAN 2022

Tweets

14

Impresiones de Tweets

2.360

Visitas al perfil

426

Nuevos seguidores

3

Interacciones

Mostrar 30 días con frecuencia diaria

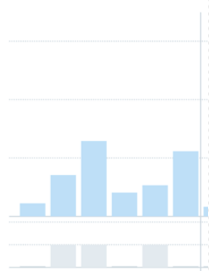
Tasa de interacción

3.6%

Nov 30
3.2% tasa de interacción



Sus Tweets consig



Clics en el enlace

15

Nov 30
0 clics en el enlace



En promedio, consiguió 1 clics en el enlace por día

- Tweets
- Tweets destacados
- Tweets y respuestas
- Promocionado
- Impresiones
- Interacciones
- Tasa de interacción

RESUMO DOS AXENTES ECONÓMICOS E SOCIAIS ADHERIDOS A COMPOSTELA TM

Abril 21	Febrero 22
18 Hostalaría e restauración	71 Hostalaría, restauración, cultura e comercio.

LUSCO & FUSCO BAKERY CAFÉ
LA FLOR
PENSIÓN MAPOULA
HOTEL RÚA VILLAR
CAFÉ LITERARIOS
A MEDUSA PUB
A CURTIDORÍA
PENSIÓN LIBREDÓN
HOTEL PAZO DE ALTAMIRA
O XARDÍN DE JULIA (HOTEL)
O CURRO DA PARRA (RESTAURANTE)
HOTEL COSTA VELLA
HOTEL ALTAÏR
HOTEL MOURE
LIBRARÍA PEDREIRA
PR HORTAS
7H COOPERATIVA CULTURAL
DESTINO NOROESTE VISITAS GUIADAS
GRUPO DE BAILE E MÚSICA TRADICIONAL BRINCADEIRA
CARMEN BOUTIQUE
NH COLLECTION SANTIAGO
OS MUNDOS DE CARLOTA
ESCOLA DE TEMPO LIBRE E ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL GARATUXA
MIRAXE, S. COOP. GALEGA
SISE
CHAFARIS
MUJERART MAGAZINE

ÁMBOA
FÁBRIKA FAN
LIBRARIA COUCEIRO
COUSALINDA
JOYERÍA JOSÉ ANTONIO
LA TIENDA DE MARÍA
CENTRO DEPORTIVO S. L.
CHIMPOS
AGRANOLA GOURMET
AMANCIO DEPORTES, S.A.
MARAVALLA
KIDS&US SANTIAGO
ELA DIZ
EL CENTRO BRITÁNICO
LIBRARÍA LILA DE LILITH LILA DE LILITH
PATUCOS & CO
QUEROTÉ
O PIORNO
PULPERIA O PIORNO
MERLÍN E FAMILIA
CARMENDIAZESTILISTA KOOKAI NAFNAF SANTIAGO
HOTEL REAL
BLU CAFÉ
CONCHI PENEDO FOGAR
TRISQUEL ARTESANÍA
VOIKUKKA
CEIP CONCEPCIÓN LÓPEZ REY
VERÓNICA DEL RÍO CANEDO
BABUXA
ESCOLA TÉCNICA DE BOXEO TAEPAR
CAMARA COMERCIO SANTIAGO
A CARRILANA
MUSEO DAS PEREGRINACIÓNS E DE SANTIAGO
ENGLISH IN MOTION
LIBRARÍA RE-READ SANTIAGO

RESTAURANTE CASA DOS XACOBES
DE COTÍO
HOTEL SAN MIGUEL
RESTAURANTE O FERRO
O XARDÍN DOS SOÑOS
CAMBALACHE SANTIAGO
AIRAS NUNES
CURVES
CAFÉ BAR HAMBURGUESERÍA DACA