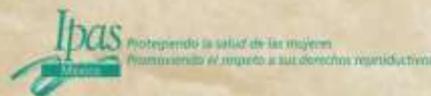


# ¡¡Unámonos!!

## por la salud de las y los adolescentes



# ORGANIZACIONES PARTICIPANTES

- Equidad de Género, Ciudadanía, Trabajo y Familia A.C. (Equidad) y la Red por los Derechos Sexuales y Reproductivos en México (*ddeser*)
- Católicas por el Derecho a Decidir A.C. (CDD) y la Red Nacional Católica de Jóvenes por el Derecho a Decidir (RNJCDD)
- Grupo de Información en Reproducción Elegida A.C. (GIRE)
- Ipas México, A.C.

Financiado por la Unión Europea, 2011- 2013



# OBJETIVO

- Mejorar los conocimientos y las actitudes favorables a la salud y los derechos sexuales y reproductivos (SDSR), así como el acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva (SSR) de calidad entre adolescentes y jóvenes de municipios indígenas y rurales en cuatro estados (Chiapas, Guerrero, Hidalgo y Oaxaca).



# ESTRATEGIAS

Fortalecimiento de  
capacidades

**DIFUSIÓN/ SENSIBILIZACIÓN**

Monitoreo

Vigilancia



# PERFIL DE LAS Y LOS PROMOTORES DE DDESER INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO.

- Edad: 14 a 32 años.
- En Guerrero, Oaxaca e Hidalgo en su mayoría viven en las comunidades o municipios donde se lleva a cabo el proyecto. En su mayoría pertenecen a un grupo indígena: *mixe, ikoots, náhuatl, y hñähñu*.
- Ocupación: En su mayoría estudiantes, también hay profesores/as de nivel secundaria.
- Nivel de estudios: Bachillerato y licenciatura, en menor medida secundaria.
- En cuanto al género, mientras que en Chiapas la mayoría son mujeres, en Oaxaca, Guerrero e Hidalgo entre el 30 y 60% de los promotores son hombres.



# CAPACITACIONES EN ELABORACIÓN DE MATERIALES DE DIFUSIÓN

Organizamos dos capacitaciones con el objetivo de propiciar la creatividad y que las y los promotores plasmarán sus ideas sobre salud sexual y reproductiva en materiales impresos y audiovisuales, en un lenguaje adecuado para otros jóvenes.





# SPOTS DE RADIO (2011)

- Las y los promotores de *ddeser* escribieron los guiones y grabaron entre 3 y 5 spots por estado. Abordaron temáticas como uso del condón, embarazo adolescente, métodos anticonceptivos y género.
- Se han transmitido en 18 radios (dos meses en promedio durante 2012 y 2013), algunas de ellas radios comunitarias y otras del IMER.
- En el caso de Hidalgo, los spots se tradujeron al hñähñu.

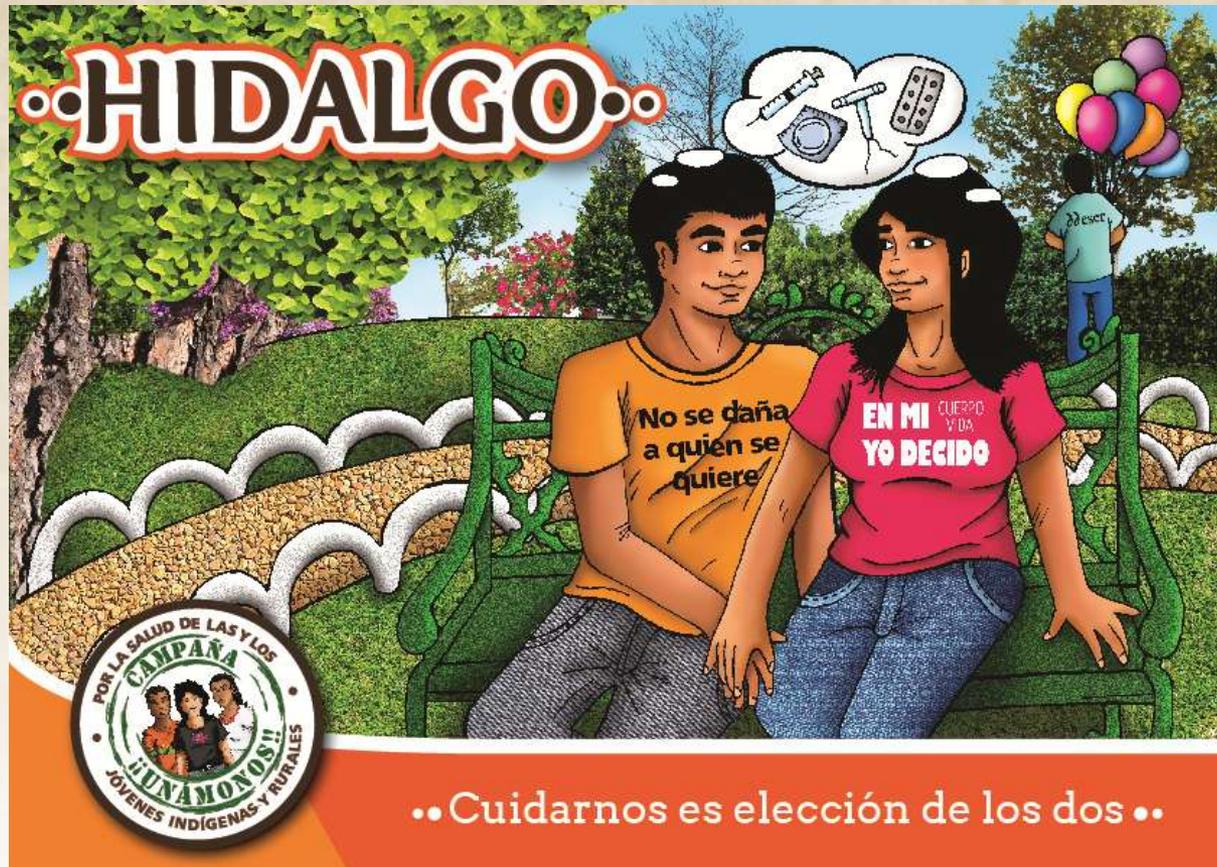


# MATERIALES IMPRESOS Y PROMOCIONALES (2011)

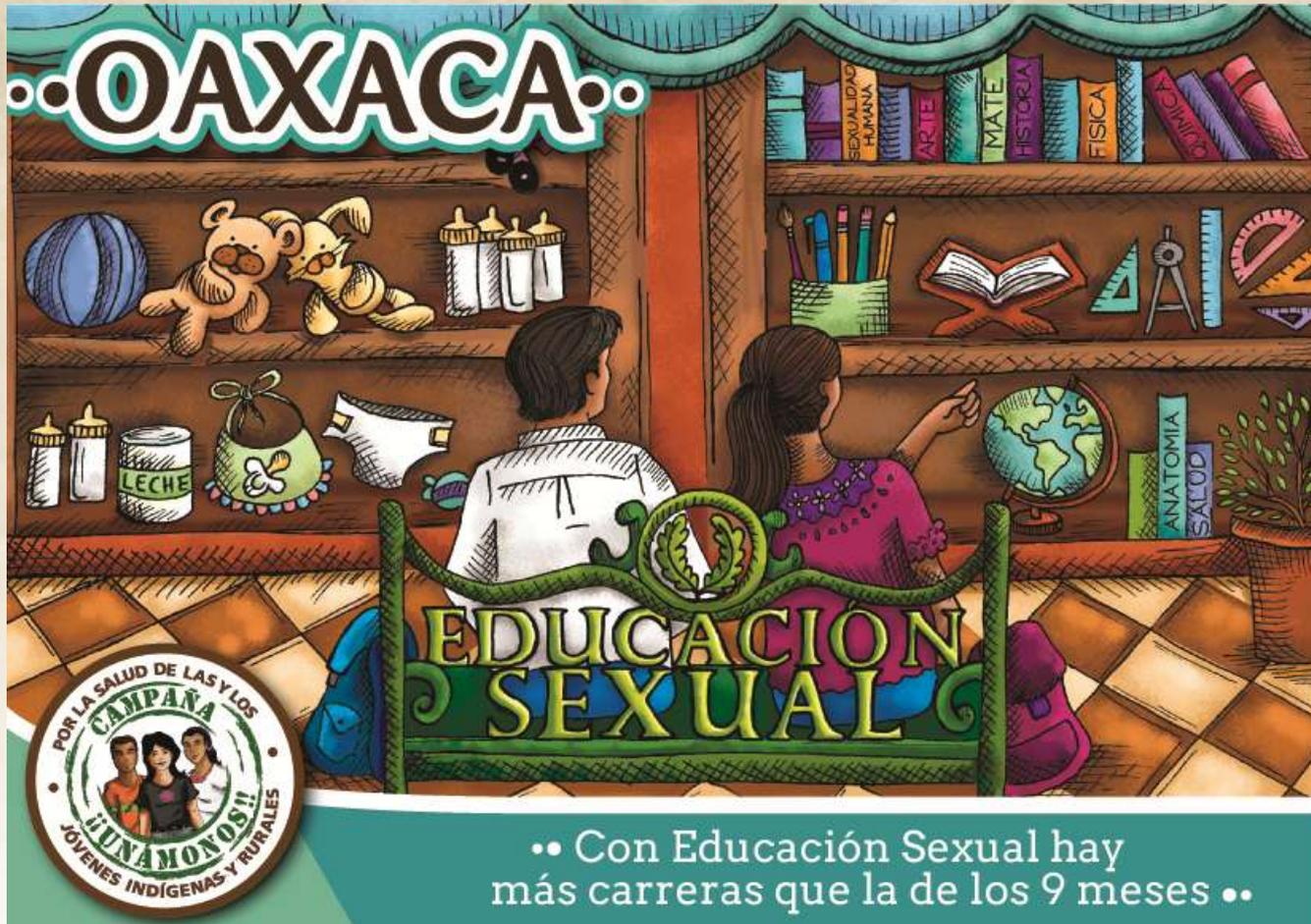
- Cada grupo de promotores/as por estado elaboró propuestas de imágenes y frases para materiales impresos y promocionales.
- Las postales dan una imagen distintiva en cada estado.
- Las frases reflejan el lenguaje, los temas de interés de las y los jóvenes de las comunidades.



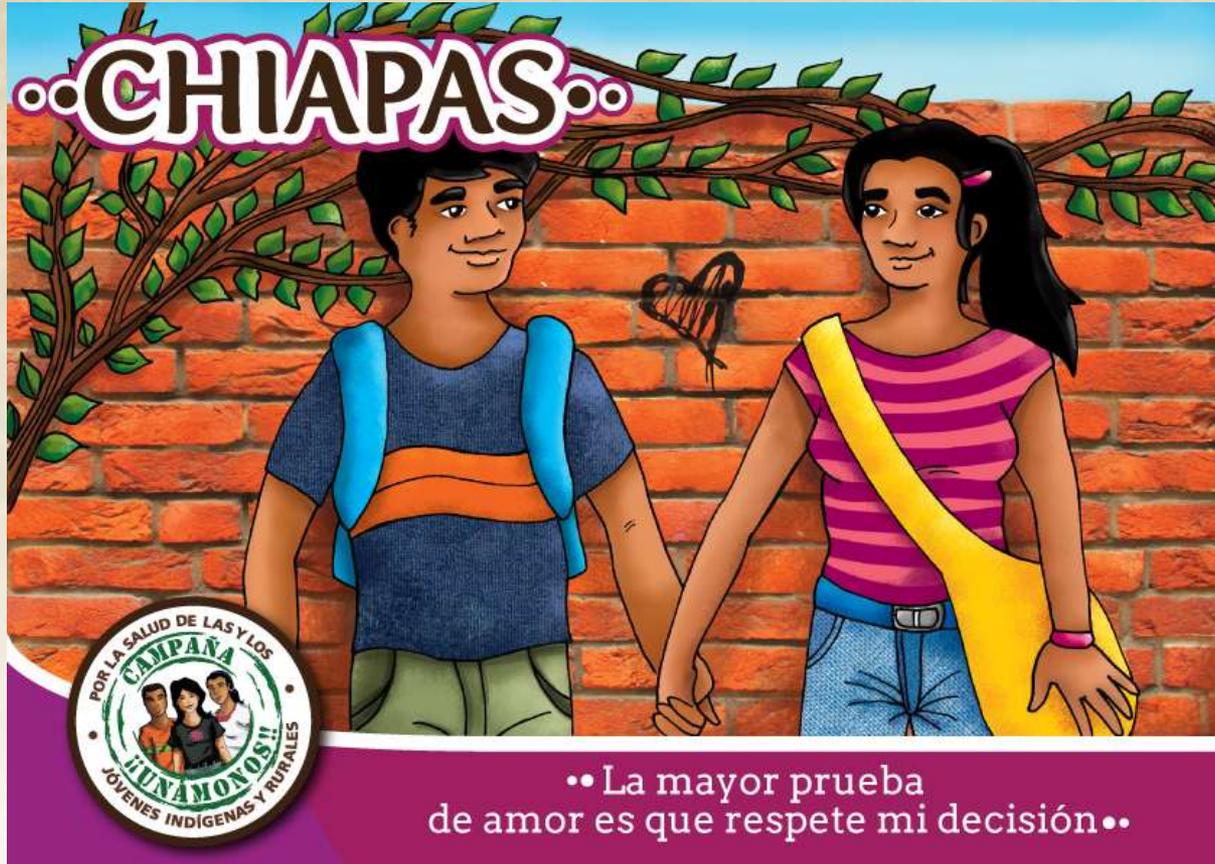
# POSTAL HIDALGO



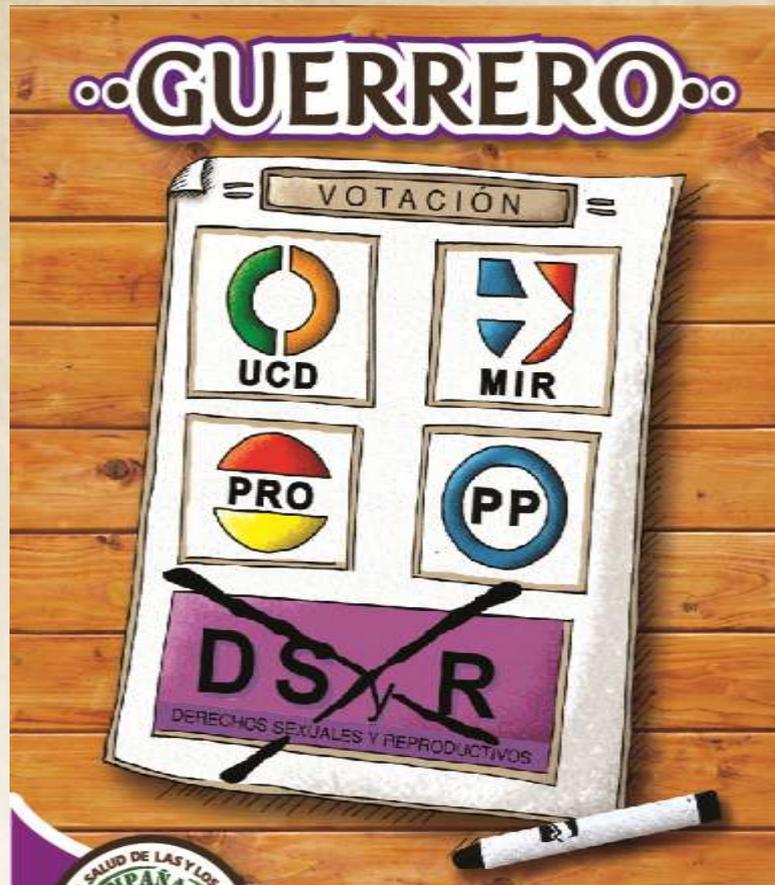
# POSTAL OAXACA



# POSTAL CHIAPAS



# POSTAL GUERRERO



**GUERRERO**

VOTACIÓN

UCD

MIR

PRO

PP

~~DS y R~~

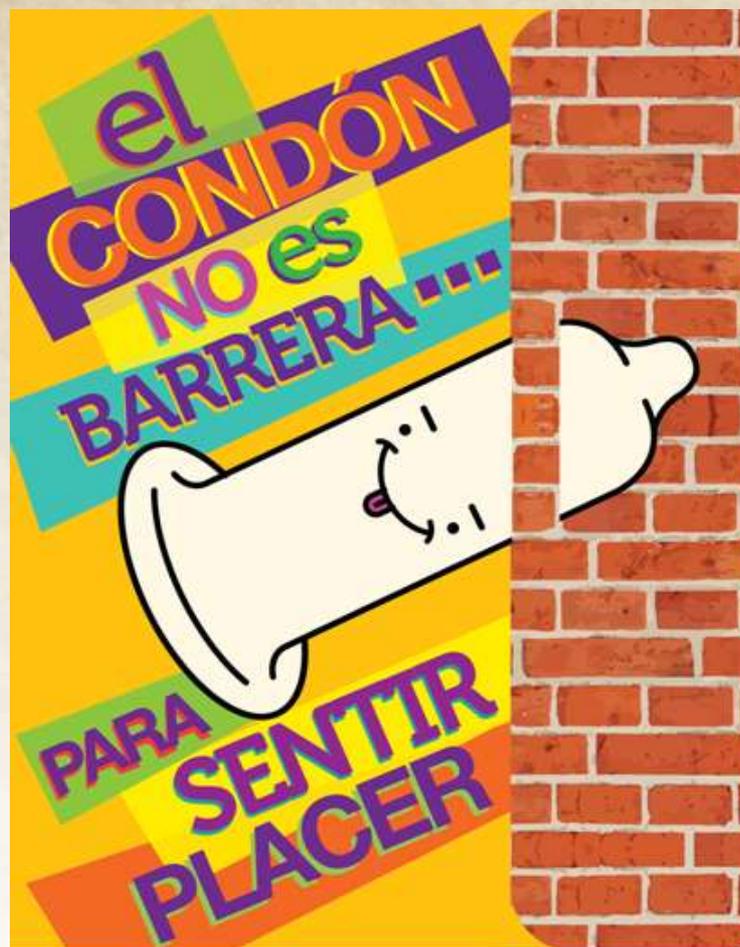
DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS

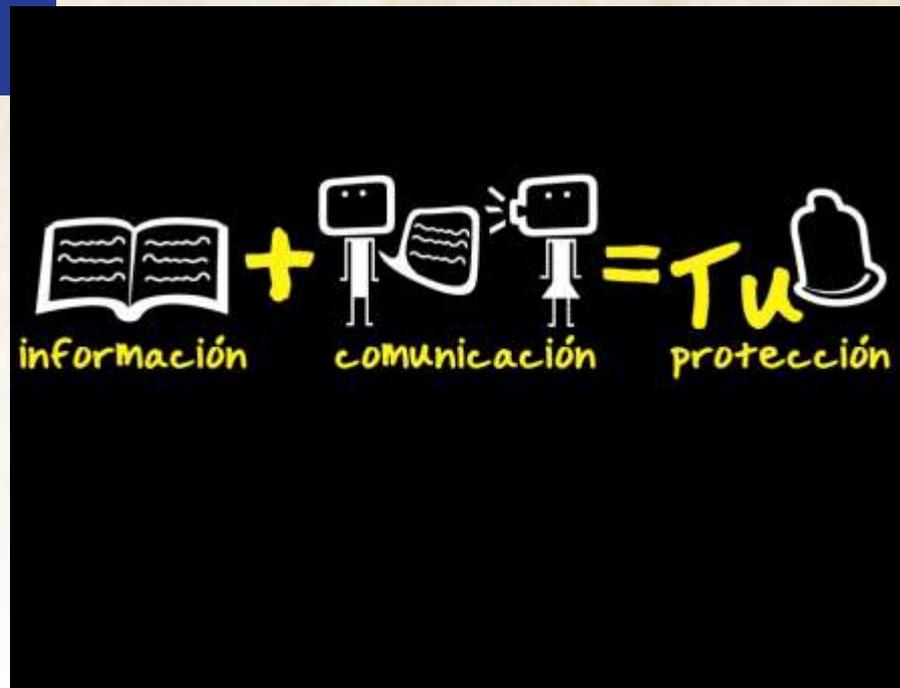


•• A la hora de decidir, las y los jóvenes votamos por quienes defienden nuestros Derechos Sexuales y Reproductivos ••









# VIDEOS COMUNITARIOS (2012)

- Se realizó una capacitación de 16 horas, en donde las y los promotores elaboraron la historia con un especialista que después redactó el guion.
- Posteriormente se realizó el rodaje, en donde participaron como actores y en la producción.
- Se elaboraron 4 cortometrajes sobre uso del condón, embarazo adolescente y derechos sexuales y reproductivos.



# CONCLUSIONES

- Los materiales desarrollados son un reflejo de los conocimientos y capacidades que las y los promotores adquirieron para difundir temas de salud y derechos sexuales y reproductivos.
- Son experiencias poco comunes para las y los jóvenes, en especial para las mujeres (por ejemplo tomando una cámara de video), lo que genera un proceso de empoderamiento.



# CONCLUSIONES

- Los materiales de difusión sobre SSR elaborados por instituciones de salud y OSCs deben estar adaptados al contexto e idioma.
- La participación juvenil en la implementación y evaluación de proyectos de sexual y reproductiva para adolescentes es un elemento indispensable.

