

Anticoncepción: ¿Drama o solución?

Director: Óscar Parra

Producto: Especial multimedia

I. Título del proyecto

Anticoncepción: ¿Drama o solución?

II. Objetivo

Identificar las barreras en el acceso a los métodos anticonceptivos en Colombia con las que se enfrentan las mujeres al planificar por primera vez.

III. Sinopsis

Desde que comienza la adolescencia y hasta alcanzar la madurez, a las mujeres se les recalca la importancia de usar anticonceptivos y ser responsables con su vida sexual. Pero, ¿hacerlo es tan fácil como se cree?

En Colombia, la píldora anticonceptiva llegó hace más de 60 años, siendo un gran paso para la liberación sexual femenina y también para el desarrollo de otros métodos anticonceptivos. Lo que en un inicio fue considerado una garantía de derechos sexuales y reproductivos, hoy se queda corto para garantizar completamente la salud y el bienestar emocional, físico y económico de las mujeres.

Acceso limitado a la información, tardanzas en la asignación de citas, métodos excesivamente costosos, malos tratos por parte del personal de salud y la estigmatización sobre la sexualidad femenina y el uso de anticonceptivos, son solo algunas de las barreras a las que se enfrentan las mujeres en Colombia cuando deciden planificar por primera vez.

IV. Diseño

Para el diseño de este especial usamos el editor de código Brackets, manejando el código HTML. Nos basamos en una temática juvenil, teniendo en cuenta que la mayoría de usuarias nuevas de anticonceptivos son adolescentes y mujeres jóvenes. Es por ello que los colores usados son distintos tonos pasteles y la estética contiene elementos alusivos a la etapa estudiantil.

El objetivo de utilizar este diseño, más allá de ser llamativo para el público objetivo, es que las mujeres jóvenes puedan sentir una mayor cercanía e identificación con el contenido. Deseamos que el especial sea entendible y amigable con esta razón, por ello decidimos emplear un lenguaje sencillo y práctico.

Teniendo en cuenta la contingencia actual (COVID-19) y la imposibilidad de realizar reportería gráfica presencialmente, los elementos gráficos que se ven en el especial son ilustraciones y diseños hechos por nosotras durante el tiempo del confinamiento. Por medio de diferentes herramientas de diseño tales como Photoshop, Canva, Pixlr, Picsart, Premiere, entre otros, logramos sacar adelante el material gráfico que acompaña visualmente el especial.

V. Distribución de la información

Este especial multimedia cuenta con tres ejes temáticos y así mismo, tres reportajes que desarrollan las barreras o dificultades a las que se enfrentan miles de mujeres en Colombia día a día. El primero expone los obstáculos en el proceso de adquirir un anticonceptivo por primera vez, tanto en entidades prestadoras de servicios de salud públicas, como privadas.

En el segundo encontrará cómo los efectos secundarios han constituido una barrera para las mujeres que planifican por primera vez, ya que por no tener claridad de cuál es el método indicado para sus cuerpos, terminan probando un sin número de opciones que tienen repercusiones en su salud y su calidad de vida.

Finalmente, en el tercer reportaje haremos hincapié en la importancia de la educación sexual de las mujeres y sus núcleos familiares y sociales. La falta de apoyo y conocimiento por parte de instituciones educativas, padres de familia, parejas, amigos, entre otros, hace que el camino de la anticoncepción se entorpezca aún más.

VI. Menús

El menú principal cuenta con 5 secciones que construyen el especial multimedia. En este puede encontrarse:

1) Home o Inicio: Breve introducción al especial

2) Barreras: Obstáculos limitaciones en el acceso a anticonceptivos por medio del sistema de salud.

3) Efectos secundarios: Esta sábana explica de que maneras los efectos secundarios pueden convertirse en una barrera de acceso para las mujeres que planifican por primera vez.

4)Educación sexual: barreras educativas y sociales en el acceso a anticonceptivos

5)AgradecimientoS.

VII. Motor de búsqueda

Google

VIII. LINK

<https://plazacapital.co/webs/produccion5/tesis-anticonceptivos-final/index2.html>

IX. Conexión con la audiencia y redes sociales

Para crear un vínculo directo con la audiencia y/o público objetivo, tenemos pensadas dos estrategias comunicación, una a nivel digital y otra a nivel interpersonal y comunitario para las personas que no tienen acceso a canales digitales de información.

Para la estrategia digital decidimos crear canales de comunicación a través de redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter con el usuario @anticoncepciondramasolucion. Seleccionamos estas redes dos redes en particular ya que son las más utilizadas por el público objetivo del especial (mujeres jóvenes y/o en edad reproductiva).

El objetivo de estas redes es generar tráfico hacia el especial multimedia y crear una comunidad que funciona a través de la retroalimentación de información entre las creadoras de contenido y el público, con la finalidad de crear bases de datos y continuar con la investigación. Asimismo, otro de los objetivos es brindar un espacio de participación, conversación y reflexión entre las mujeres a cerca de la problemática tratada en el proyecto.

Estas redes de comunicación fueron de suma importancia incluso durante el proceso de investigación para recolectar datos y experiencias de mujeres jóvenes que tuvieron dificultades antes, durante y después de iniciar su proceso de planificación familiar por primera vez.

¡Hola a todas!

Junto a [Laura Sofía Rico](#) estamos realizando una investigación acerca de las problemáticas a las que se enfrentan día a día las mujeres en Colombia al momento de adquirir anticonceptivos. Estamos reuniendo testimonios de mujeres que hayan enfrentado cualquier tipo de problema respecto a este tema:

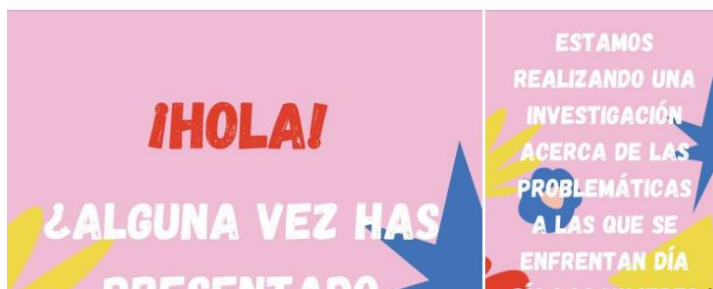
- ★ Mala atención en los centros de salud
- ★ Discriminación o maltrato por parte de los profesionales de la salud (enfermeras, médicas, ginecólogas, etc)
- ★ Efectos secundarios graves, causados por los anticonceptivos
- ★ Negación o interrupción del servicio
- ★ Entre otros

Nos serviría un montón sus testimonios para ayudar a darle cara a esta problemática que afecta a miles de mujeres en el país. Pueden escribirnos por mensaje directo o si se sienten más cómodas pueden dejar su historia en este correo: anticoncepciondramaosolucion@gmail.com

*Si quieres ayudarnos, **pero no quieres darnos tu nombre**, puedes llenar esta encuesta de manera anónima:

<https://forms.gle/KuNgHWiz3imhJsSc7>

Muchas gracias a todas las que quieran dejar su historia y también les agradecemos un montón si pueden compartir esta publicación 😊.



En estas redes compartiremos ilustraciones y datos referentes al especial multimedia y su contenido. Así mismo, utilizaremos la herramienta de encuestas de Google para hacer diferentes sondeos y mantenernos en contacto con algunas usuarias de distintos métodos anticonceptivos.

Testimonio anónimo 🌸

Entendemos que quieras permanecer anónima durante este proceso y lo respetamos completamente. ¡Muchas gracias por ayudarnos!

*Obligatorio

¿Cuántos años tenías cuando pasaste por esto? *

Tu respuesta

¿En qué parte de Colombia te encontrabas? *

Tu respuesta

Tú anécdota 🌸

Tu respuesta

Cada semana desde las cuentas oficiales del especial se publicarán infografías, ilustraciones, testimonios y videos con una frecuencia de 6 publicaciones semanales en el canal de instagram, 25 en twitter, 5 en facebook. (Ver tabla)

7:27



anticoncepciondra...   



6

13

15

Publicac... Seguidor... Seguidos

¿Drama o solución?

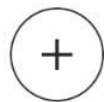
Un especial multimedia que busca visibilizar las barreras en el acceso a la anticoncepción en Colombia.

plazacapital.co/webs/produccion5/tesis-anti...

Editar perfil

Historias destacadas

Guarda tus historias favoritas en el perfil



Nueva



Para cada una de estas redes sociales tenemos planeado un enfoque informativo y un enfoque reflexivo. Para el enfoque informativo realizaremos una sección titulada “¿Sabías que?” en el que cada semana se publicarán videos con

información relevante para las mujeres que desean planificar en Colombia y que, en la mayoría de los casos, es desconocida. Algunos ejemplos:

“¿Sabías que no tienes que tener permiso de tus papás o ser mayor de edad para planificar?”

“¿Sabías que puedes solicitar una ligadura de trompas o una vasectomía a partir de los 18 años?”

También se publicarán infografías visualmente atractivas para redes sociales en las cuales se comparta la información obtenida en la investigación. Finalmente, se realizará un Facebook live mensual con algún experto en sexualidad, derechos sexuales y reproductivos, género o salud sexual. Cada mes se cambiará la temática del Facebook live para que sea innovador y no sea repetitivo para la audiencia

Para el enfoque participativo se tienen pensadas varias secciones en cada uno de los canales. Para facebook deseamos crear una sección llamada “Anécdota de la semana” en la cual las mujeres participarán enviando sus aportes (relacionados al tema de la anticoncepción). Todos los canales estarán abiertos para que las mujeres envíen sus testimonios anónimos y puedan ser compartidos semanalmente.

Esto se hace con el objetivo de llamar la atención del público de una manera alejada de lo académico. Deseamos que cada una de las redes sea un espacio para que las mujeres se diviertan y se entretengan mientras aprenden más sobre la problemática.

En instagram realizaremos encuestas semanales respecto a una temática específica. Algunos ejemplos son: “¿Cuántas semanas se ha demorado tu cita de planificación familiar en tu EPS?” “¿Sufres de efectos secundarios por tus anticonceptivos?” “¿Tu pareja te apoya en el proceso de anticoncepción?”

También tenemos una estrategia para fomentar la participación de los hombres a través de sondeos y entrevistas, así como contenidos informativos para ellos.

Algunos ejemplos de los sondeos: “¿Estarías dispuesto a usar una inyección anticonceptiva?” “¿Cuántos métodos anticonceptivos conoces?”.

Algunos ejemplos de los contenidos informativos: “5 datos de no conocías de la vasectomía” “¿Sabes cómo utilizar un condón correctamente? Te enseñamos”

El siguiente es un ejemplo (hecho por nosotras para una de las asignaturas de la carrera) de cómo involucraríamos a los hombres en este proyecto de redes

sociales. En el video se da cuenta del desconocimiento generalizado por parte de los hombres en cuanto a los métodos anticonceptivos. Esta iniciativa no tiene el objetivo de ridiculizar a los hombres, sino más bien, de incentivar la promulgación de información acerca de esta problemática y dar ideas de cómo ellos pueden hacer parte de los procesos de anticoncepción.

<https://www.youtube.com/watch?v=2rSqAhvM2HE&t=37s>



Todo el contenido que se publicará será libre de tintes políticos e inclinaciones hacia ideologías particulares. Nuestras redes proporcionarán un ambiente seguro en el que la audiencia podrán expresarse con libertad sin temor a ser juzgadas por sus orientaciones políticas. Será un espacio neutral en el que no se admitirá ningún tipo de exclusión.

La visibilidad mediática de este proyecto, además de los fines educativos y periodísticos, podría contribuir a la creación de otras iniciativas con un mayor impacto social, en las cuales se busque superar las barreras de las que da cuenta el especial. Por medio de las redes sociales buscamos generar un espacio de reflexión y debate para mujeres, familias, parejas, instituciones y demás actores involucrados en esta problemática.

En cuanto a la estrategia a nivel comunitario se tienen pensados espacios de discusión y educación para las mujeres que no poseen acceso a redes sociales. Por ejemplo, se podrían realizar charlas informativas en colegios de las zonas

rurales con algunos de los entrevistados que participaron en el especial como el profesor Bermudez, quien podría hablar sobre Ciudadanía Sexual o la ginecóloga Stella Lancheros, quien podría dar a conocer los métodos anticonceptivos, efectos secundarios, efectividad y modo de uso.

De igual manera, se tiene pensada la difusión de la información en formatos físicos como folletos, posters y carteles publicitarios en zonas rurales concurridas.

X. Tabla de contenidos (Redes sociales)

Plataforma	Número de publicaciones por semana	Tipo de contenido
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Cuatro 	<ul style="list-style-type: none"> • Infografías educativas (2) • Vídeo informativo (1) • FacebookLive (mensual) • Memes (1)
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Cinco 	<ul style="list-style-type: none"> • Infografías educativas (1) • Igtv (1) • Encuestas por medio de Instagram stories (1) • Reels “¿Sabias que?” (1) • Testimonio en imagen (1)
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Veinticinco 	<ul style="list-style-type: none"> • Tweets/Publicaciones diarias temáticas (23) • Infografías educativas/ilustraciones (1) • Vídeos informativos (1)