

Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

Índice

Cuestionario

Documento sobre la posición de la AMGS

Directrices para la campaña

Campaña en el ámbito nacional

Campaña en el ámbito local

Discurso modelo

Declaración de respaldo

Comunicado de prensa

Estadísticas

Cifras importantes

Detalles sobre los contactos

*Agradecemos a la **GSUSA** por permitirnos el uso de su documento 'Contemporary Issues, Preventing Teenage Pregnancy'.*



Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

CUESTIONARIO

Nos gustaría supervisar el éxito de esta iniciativa, así como su impacto en el mundo. Es importante que nuestra campaña mundial lleve un registro de todo lo que ocurre a través del mundo. Usaremos las respuestas que recibamos para obtener un cuadro de este asunto y darle publicidad en el ámbito mundial. Sírvanse dedicar unos minutos a llenar este cuestionario y luego a enviarlo, de ser posible vía fax, a Charlotte Collett-White, Jefa de Comunicaciones, de modo que le llegue antes del mes de julio de 2001.

Número de fax: 0044 20 7431 3764

Dirección: Centro Olave, 12c Lyndhurst Road, Londres NW3 5PQ, Reino Unido

Nombre de la Asociación Nacional

El embarazo en la adolescencia ¿es un tema de inquietud en su país?

Sí No

¿Inquieta este asunto a la Asociación Nacional?

Sí No

¿Ha comenzado ya su Asociación Nacional a emprender proyectos y programas relacionados con este asunto delicado?

Sí No

¿Planean participar en esta iniciativa?

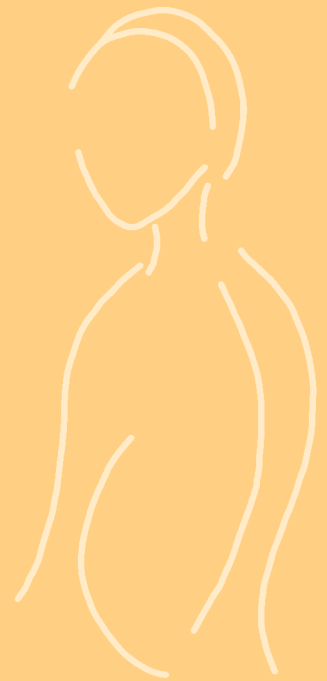
Sí No

¿Creen que ayudaría a elevar el perfil de su Asociación Nacional la publicidad de esta iniciativa?

Sí No

¿Piensan mandar un comunicado de prensa sobre este asunto a sus medios de difusión?

Sí No



¿Cuáles son las actividades, relacionadas con esta iniciativa, en las que ya se encuentran participando?

¿Qué otro apoyo requieren de la Oficina Mundial para participar en esta iniciativa (más información, comunicados de prensa, consejos, etc.)?

¿Si planean participar en la iniciativa, sírvanse describir la forma como planean promoverla (por ejemplo, mediante presentaciones, proyectos, programas, trabajo con los medios de difusión)?

Proyectos

Programas

Trabajo con los medios de difusión



Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

Directrices para la campaña

En muchas partes del mundo, el alumbramiento al final de la adolescencia es aceptable y normal por tradición. Estas madres adolescentes todavía están en riesgo, en términos sociales y físicos, aunque en menor grado. La posición de la AMGS aborda el problema de las madres adolescentes menores de 15 años, cuya salud y cuyo desarrollo están particularmente en riesgo.

¿Porqué una campaña de apoyo activo?

Abordar un problema de la magnitud como es el de los embarazos en la adolescencia puede parecer una tarea imposible de realizar. Cada año, 17 millones de adolescentes quedan embarazadas. ¿Qué puedes hacer tú o qué puedo hacer yo para resolver este problema mundial de semejante envergadura?

La respuesta está en la potencia de un movimiento de personas para cambiar la sociedad. Las personas por sí solas pueden hacer algo, pero miles de ellas juntas pueden lograr mucho más y, como la organización voluntaria más grande del mundo para niñas y mujeres jóvenes que somos, tenemos la responsabilidad especial de hablar claramente sobre el problema que afecta a las vidas de tantas mujeres jóvenes y de sus hijos.

La AMGS estima que la mejor forma de lograr un cambio en este asunto fundamental es mediante una campaña de apoyo activo en el ámbito mundial, lo que vendría a ser un desvío de nuestro enfoque habitual de proyectos basados en la comunidad. Es posible que para algunas Organizaciones Miembros signifique aprender nuevos métodos de trabajo. En todo caso, esperamos que este desafío les parezca estimulante y gratificador.

¿Qué es una campaña de apoyo activo?

Ejercemos gran influencia en las niñas y las mujeres jóvenes. Todas nuestras actividades están encaminadas a ayudarles a incrementar la confianza en sí mismas y las aptitudes para la toma de decisiones, lo que contribuirá a reducir las posibilidades de que queden embarazadas a una edad demasiado temprana. En algunos países, el Guidismo conduce proyectos que tratan directamente el tema de la actividad sexual y el embarazo. Estos proyectos tienen un valor inestimable.

Puesto que no podemos aspirar a llegar a cada una de las niñas que se encuentre en riesgo de embarcarse en una actividad sexual precoz - que puede conducirla a quedar embarazada o contraer enfermedades de transmisión sexual - necesitamos atraer la ayuda de los expertos...

Las jóvenes del mundo necesitan tener acceso a servicios sanitarios apropiados, que las escuelas les ofrezcan programas educativos sobre la salud sexual y de la reproducción, y oportunidades para ganar más dinero y así participar con más igualdad en tomas de decisiones. No todo esto podemos ofrecerles nosotras, pero podemos tratar de que lo hagan los gobiernos y las personas encargadas de formular la opinión.



La AMGS estima que la mejor forma de lograr un cambio en este asunto fundamental es mediante una campaña de apoyo activo en el ámbito mundial.



Apoyar activamente significa ejercer presión en quienes pueden realizar un cambio. Nuestro propósito es empujar el tema del embarazo en la adolescencia hasta que ocupe un primer plano en el orden del día de los encargados de la toma de decisiones. Para ello, tenemos que fomentar la toma de conciencia del problema y estimular el debate. Tenemos que presionar para que se hagan cambios verdaderos en la política y la práctica en los niveles local, nacional e internacional.

A lo largo de los próximos dos años, la Oficina Mundial estará coordinando una campaña de apoyo activo en el ámbito mundial. Esperamos que muchas de nuestras Organizaciones Miembros optarán por realizar la campaña en el ámbito local y nacional.

Cada Asociación Nacional decidirá si desea tomar parte en la iniciativa y en qué grado. El embarazo en la adolescencia no es un problema de la misma magnitud en todos los países. Es posible que algunas Asociaciones ya hayan elegido el tema y los proyectos en los que trabajarán en los próximos años. Sin embargo, esperamos que muchas otras se unirán a la campaña, particularmente aquellas en los países donde el embarazo en la adolescencia se ha multiplicado.

Estas directrices tienen como finalidad ayudarles a planear y conducir una campaña en sus países. Encontrarán sugerencias para hacer campaña, tanto en el ámbito local como en el nacional.

Planeamiento de la campaña

La primera etapa del planeamiento involucra investigación y reflexión. Ustedes necesitan identificar:

- Lo que hace falta cambiar
- Quién tiene el poder de cambiar
- Qué es lo que les hará cambiar

¿Qué hace falta cambiar?

Los alumbramientos en la adolescencia constituyen un problema mundial.

Las razones principales por las que las adolescentes jóvenes se quedan embarazadas son las mismas en todo el mundo: falta de información, consejo y medidas preventivas; el no poder decir "no"; las tradiciones y prácticas culturales. Ustedes necesitan entender cuál es la mezcla exacta de circunstancias que corresponda a sus países. ¿Qué actitudes tendrían que confrontar? ¿Por qué es que la información y el consejo necesarios no llegan a las personas que los necesitan? ¿Qué se puede hacer para que los servicios existentes respondan mejor a la crisis?

En esta etapa puede que a ustedes les resulte útil contactar y comparar notas con otras organizaciones que trabajan en el tema de la salud sexual y de la reproducción o en los derechos de las niñas y las mujeres. Este paquete contiene una lista de contactos útiles y, sin duda, ustedes podrán encontrar otras organizaciones en el ámbito local.



Esperamos que muchas de nuestras Organizaciones Miembros optarán por realizar la campaña en el ámbito local y nacional.



¿Quién tiene el poder?

El documento sobre la posición de la AMGS en el asunto del embarazo precoz (W.B. 3093/S, de febrero 2000) establece los objetivos clave de nuestra campaña. La AMGS insta a las Organizaciones Miembros a cabildear a los gobiernos y personas concernientes, así como a las organizaciones nacionales e internacionales sobre una serie de puntos.

Una vez que hayan decidido cuáles de estos objetivos conciernen a sus países tendrán que identificar quién o quiénes deben actuar para que esto ocurra.

¿Hay en sus países un ministerio de la Mujer o la Juventud? ¿Quiénes participan en los comités pertinentes y cuándo se reúnen? ¿Existe alguna legislación que no se haya aplicado plenamente o que podría modificarse para abordar mejor el problema? ¿Ha comenzado el Gobierno a dar los pasos necesarios? ¿Qué barreras hay? ¿Son éstas desde de carácter político, cultural o tienen que ver con los recursos? ¿Quiénes son los funcionarios en los servicios sanitarios, educativos o de empleo que deberían tomar medidas para que estos objetivos se cumplan? ¿Qué organizaciones no gubernamentales desempeñan funciones importantes en cuanto a ofrecer servicios?

¿Qué les alentaré a hacerlo?

Una vez que hayan identificado los grupos objetivo de la campaña, necesitan entablar relaciones con dichas personas, hacerles comprender que ustedes están bien informadas y que hablan en nombre de miles de niñas y mujeres jóvenes. Si se hacen conocer y respetar, les resultará más fácil cuestionar sus políticas y prácticas y exigir cambios.

Unas cosas serán más fáciles de cambiar que otras. Podría ser que un argumento presentado con conocimiento de causa sea todo lo que haga falta para persuadir a un centro de salud que varíe sus horas de atención, pero no todo será sencillo. Tal vez tengan que incrementar el conocimiento del público para poner presión para el cambio. Ustedes tendrán que volverse expertas en los detalles complejos de los acuerdos de las Naciones Unidas. Pero si se atienen a sus objetivos firmemente, teniendo siempre en cuenta la posición y los intereses de los objetivos de la campaña, podrán lograr que se haga el cambio.

El planeamiento de una campaña puede parecer una tarea enorme y amedrentadora. Nuestro fin no es otro que cambiar las políticas y prácticas de los políticos y de quienes proveen servicios de salud y educación en el mundo. Pero debemos tener confianza en que lograremos marcar la diferencia. A través de los siglos, las personas que han aunado fuerzas para cambiar la sociedad generalmente han triunfado.

El régimen apartheid de África del Sur pareció una vez invencible. La minoría blanca sostenía el poder y con eficacia dominaba a la oposición. Sin embargo, el 27 de abril de 1994 se llevaron a cabo las primeras elecciones democráticas. El apartheid llegó a su fin no a causa de una persona o institución poderosa, sino por los esfuerzos de miles de personas alrededor del mundo que estimaban que eso estaba mal y que había que cuestionar.



Nuestro fin no es otro que cambiar las políticas y prácticas de los políticos y de quienes proveen servicios de salud y educación en el mundo.



Cómo usar este paquete

Estadísticas y citas

Mencionen estadísticas en sus comunicados de prensa, cartas, presentaciones, discursos, material de publicidad y discusiones.

Usen citas en apoyo a sus argumentos en presentaciones, comunicados de prensa, discursos, cartas y material de publicidad.

Usen las estadísticas y citas apropiadas para informar a las guías/guías scouts sobre este asunto.

Discurso modelo

Modifiquen el discurso modelo para que sea pertinente a su país y Asociación.

Detalles de contacto

Pónganse en contacto con cualquiera de las organizaciones que funcionen en sus países para averiguar si pueden trabajar con ellas en la prevención del embarazo en la adolescencia.

Directrices para la campaña

Sigan las directrices para que la campaña sea un éxito en sus países.

Comunicado de prensa

Adapten el comunicado de prensa para uso nacional. Denle al acontecimiento una connotación nacional incorporando estadísticas nacionales, información sobre sus actividades y citas de sus dirigentes nacionales.

Declaración de respaldo

Pidan a figuras importantes, formuladores de la opinión y dirigentes que firmen la declaración de respaldo y úsenla para promover la cuestión del embarazo en la adolescencia.

Informen a la Oficina Mundial sobre las personas que hayan firmado la declaración.

¿Pueden comerse un elefante entero?

Sí, si lo cortan en trozos y se los comen uno por uno*

Recuerden que no es necesario hacer todo ¡a la vez! La AMGS hará campaña sobre este asunto en el transcurso de los próximos dos años – y no hay razón por la que ustedes no puedan continuar por más tiempo. De modo que no traten de hacer todo al mismo tiempo. Es mucho mejor fijarse metas pequeñas que uno sabe que podrá cumplirlas y, una vez cumplidas, fijarse metas nuevas basándose en dicho éxito.

(* proverbio africano)



Recuerden
que no es
necesario
hacer todo
¡a la vez!
La AMGS
hará campaña
sobre este
asunto en el
transcurso de
los próximos
dos años



Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

Campaña en el ámbito local

La participación de sus miembros en la campaña de apoyo activo les beneficiará a ellos de muchas formas ya que, además de enterarse de las realidades del embarazo a una edad temprana, adquirirán nuevas aptitudes y comprenderán que pueden influir en la sociedad.

Introducción del tema

Será necesario que preparen una buena introducción al tema para sus miembros. Pueden emplear la información de este paquete para explicarles sobre el asunto del embarazo en la adolescencia con sus riesgos para la salud y lo mucho que puede perjudicar las oportunidades de la mujer joven.

No siempre es fácil hablar sobre temas sexuales. Si les parece demasiado difícil, quizá deseen invitar a una persona experta, como por ejemplo una enfermera o un trabajador de la salud que posea los conocimientos y la seguridad para tratar este asunto, para que hable al grupo. Los debates podrían despertar fuertes sentimientos en algunos de los miembros del grupo. Es importante ser sensibles y estar conscientes de ello al momento de planear las actividades y los debates. Como dirigentes dignas de confianza, ustedes están en una posición favorable para de promover una actitud de compasión, respeto y seguridad.

Recuerden que los puntos de vista religiosos, étnicos y culturales sobre la actividad sexual, el embarazo y el aborto antes del matrimonio varían enormemente entre individuos y comunidades. Es importante que siempre respeten la opinión de las niñas y no traten de imponer la suya propia. Y puesto que estos son asuntos delicados, enraizados en valores morales y religiosos, se les aconseja que informen a los padres de sus miembros sobre las actividades que planeen realizar. Ustedes pueden asegurarles que la educación sexual, lejos de ser un incentivo para que las niñas se inicien en la actividad sexual, les disuadirá y alentará a posponerla.

Ustedes pueden ayudar a las niñas a reflexionar en las formas como un embarazo temprano puede afectar sus vidas. Aliéntenlas a hablar sobre las metas que pueden haberse fijado en sus vidas, sobre sus ambiciones y sobre lo que tendrán que hacer para lograrlas. Luego háganles pensar en cómo dichas ambiciones se verían afectadas si tuvieran un bebé a quien cuidar.

Propagar la palabra

Una vez que las jóvenes estén al tanto de las realidades del embarazo temprano y hayan reflexionado en el asunto, podrán comunicar lo aprendido a los demás y participar en la campaña de apoyo activo.



Es importante que siempre respeten la opinión de las niñas y no traten de imponer la suya propia.



- Organicen reuniones e inviten a otras niñas y mujeres jóvenes.
- Ofrezcan charlas en las escuelas y los centros de juventud locales. A sus miembros puede parecerles fácil hablar a las niñas en grupos pequeños.
- Tal vez puede resultarles útil usar una carpeta - con dibujos y explicaciones – elaborada por ellas mismas con antelación, para ilustrar sus charlas sobre el asunto.
- Preparen carteles y pidan permiso para exponerlos en sitios públicos, tales como escuelas, edificios religiosos, centros comunitarios, centros de salud, centros deportivos, tiendas o cualquier otro sitio donde puedan ser vistos por los adolescentes.

Campaña para el cambio

La parte clave de la campaña es tratar de realizar un cambio verdadero. Queremos asegurarnos que los servicios sanitarios sean asequibles y apropiados para la juventud y queremos que las escuelas ofrezcan programas educativos adecuados sobre la salud sexual y de la reproducción. Estas metas podrían requerir cambios en el ámbito nacional y también pueden abordarse en el ámbito local a través de los servicios sanitarios y educativos locales.

Cabildeo a los políticos

Si desean influir en los políticos nacionales, la primera persona que deben contactar es su representante electo. Se supone que dicha persona es elegida para representar a todas las personas en su circunscripción. Sin embargo, muchos miembros del parlamento tienden a seguir los puntos de vista de sus partidos o a dar prioridad a los intereses del sector comercial antes que los del sector social. Ustedes tienen que hacer que sus representantes comprendan que ustedes representan a un grupo grande de gente. Por tanto, organicen una campaña colectiva de redacción de cartas, una petición o una reunión pública con amplia asistencia para demostrar que hay muchas personas que comparten sus inquietudes.

No cabe duda de que es apropiado escribir cartas, pero nada sustituye al contacto frente a frente. Pidan a sus representantes una cita para explicarles sobre la campaña y ayudarles a comprender la realidad detrás de las estadísticas; invítenles a visitar los proyectos locales que involucren trabajo con madres jóvenes para que vean por sí mismos que los alumbramientos a temprana edad pueden amenazar e incluso estropear las oportunidades educativas y sociales de las madres jóvenes.

Si sus representantes se muestran comprensivos, pídanles que hagan llegar sus demandas al gobierno. ¿Estarían dispuestos a firmar la petición? Si es así, inviten a los medios de difusión local a que asistan al acto de la firma. Algunas veces, los representantes pueden hacer que un grupo de su circunscripción visite la sede gubernamental y se reúna con un ministro. Pregunten a los suyos si estarían dispuestos a hacer esto.

A los políticos les preocupa mucho la opinión pública – porque de ésta dependen sus puestos; de modo que háganles saber que si ellos apoyan sus campañas, ustedes se encargarán de hacerlo saber a los medios de difusión.



Queremos asegurarnos que los servicios sanitarios sean asequibles y apropiados para la juventud y queremos que las escuelas ofrezcan programas educativos adecuados sobre la salud sexual y de la reproducción.



Si sus representantes dicen algo positivo sobre la campaña, bien a través de una carta o bien en persona, ustedes pueden valerse de ello para instarles a que ofrezcan más ayuda. Anoten exactamente lo que ellos digan para que les citen en sus comunicados de prensa y en la correspondencia posterior cuando decidan solicitarles ayuda adicional.

Si sus propios representantes no se muestran solidarios, no se desesperen ya que ustedes mismas pueden escribir a los ministros directamente. El documento de Política y Directrices de la AMGS sobre las Relaciones con la Sociedad incluye sugerencias sobre cómo trabajar con los ministerios gubernamentales.

El mejoramiento de los servicios locales

Las guías pueden investigar en sus zonas, si los centros sanitarios y educativos ofrecen los servicios apropiados a las jóvenes.

- Comiencen poniéndose en contacto con otras organizaciones locales que trabajen en asuntos relativos al embarazo en la adolescencia y la salud sexual. Pregúntenles qué cambios creen que deberían hacerse en la comunidad para ayudar a disminuir los embarazos a edad temprana.
- Luego pónganse en contacto con los servicios locales y pregunten si las guías pueden visitar y conversar con los miembros del personal.
- Escriban cartas o una petición solicitando los cambios que crean necesarios para que dichos servicios respondan a las necesidades de las adolescentes en la comunidad.
- Organicen seminarios para profesores y trabajadores de la salud y discuten con ellos la forma de mejorar los servicios disponibles para niñas y mujeres jóvenes.

Redacción de cartas

La redacción de cartas es una de las formas más eficaces de hacer campaña ya que una carta demuestra que el remitente se tomó la molestia de sentarse a reflexionar en el asunto que desea exponer. Por escrito se puede explicar el asunto claramente y, casi con seguridad, se puede esperar una respuesta.

Los miembros de sus Asociaciones pueden escribir cartas a todo tipo de personas, tanto en el ámbito local como el nacional: políticos, funcionarios de centros educativos y sanitarios, profesores, celebridades, así como a periódicos y estaciones de radio.

Ustedes pueden organizar regularmente "reuniones para escribir cartas", eligiendo en cada ocasión un grupo "objetivo" distinto. Antes de escribir, las niñas deben dedicar unos minutos a debatir sobre qué es lo que la persona elegida podría hacer para ayudar en la campaña.



La redacción de cartas es una de las formas más eficaces de hacer campaña.



Sugerencias para escribir cartas

- Usen sus propias palabras
- Sean corteses
- Expliquen con claridad y de forma breve sobre lo que les inquieta...
- ... luego indiquen qué es lo que esperan del lector.
- Siempre pidan una respuesta. Si no la reciben después de tres semanas, vuelvan a escribir. Háganles saber que no están dispuestas a dejarse ignorar.
- Siempre guarden copias de las cartas y las respuestas.

Petición

Una petición es una buena forma de demostrar la fuerza de la inquietud popular sobre alguna cuestión. La Asociación Nacional podría organizar una petición que podría contar con el apoyo local o quizá elijan plantear una petición sobre una cuestión de interés local. Las peticiones constituyen una buena forma de ponerse en contacto con las personas, particularmente con personas en las calles y los eventos públicos. Además, pueden ser beneficiosas. Pero para que sean eficaces hay que reunir bastantes firmas.

Hagan que sus miembros salgan a las calles con una tablilla con sujetapapeles, lápices y bastantes copias de la petición. La obtención de firmas es más fácil de lo que piensan y es una buena oportunidad para que las niñas conversen con la gente.

Escriban a figuras del sector público y a celebridades. Pregúntenles si estarían dispuestas a firmar la petición. Si la respuesta es positiva esto podría constituir un acontecimiento para divulgar.

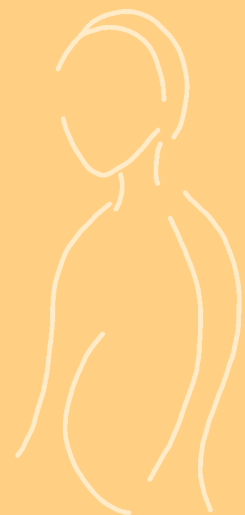
Empleo de los medios de difusión

Los medios de difusión – periódicos y revistas, televisión, radio e Internet – son útiles para despertar la conciencia pública, y siempre están en busca de acontecimientos locales interesantes. Ustedes pueden ayudarles si reflexionan en qué es lo que hace que la campaña de ustedes sea una noticia digna de divulgar.

La carpeta de la AMGS sobre las relaciones con los medios de difusión contiene varios consejos y sugerencias útiles.

Mejorar los contactos

Puede que ya mantengan buenas relaciones con los periodistas locales, pero si no, ahora es el momento de hacerlo. Lean los periódicos locales, escuchen la radio y miren televisión y averigüen quiénes son los encargados de cubrir eventos en sus comunidades para que les escriban y les cuenten sobre sus actividades. Invítenles a visitarles para que conozcan a los miembros. Si pueden establecer buenos vínculos con los periodistas, les será mucho más fácil lograr la cobertura de la campaña a medida que ésta progresa.



Una petición es una buena forma de demostrar la fuerza de la inquietud popular sobre alguna cuestión.



Comunicados de prensa

Cuando tengan una noticia interesante para los medios de difusión, envíenles un comunicado de prensa con detalles completos de lo que están haciendo, algunas estadísticas sobre el embarazo en la adolescencia y una cita de alguno de sus dirigentes o miembros. La carpeta de las relaciones con los medios de difusión contiene muchos consejos sobre cómo redactar un comunicado de prensa.

Fotos

Si el comunicado de prensa va acompañado de una buena fotografía las posibilidades de que la noticia sea publicada por los periódicos son mayores, y a los lectores les resultará más interesante leerla.

Las fotos de niños y gente joven son siempre populares, de modo que piensen cómo usar a sus miembros: ¿Quizá al presentar una carta o petición a un político? ¿O al exponer carteles preparados por ellos mismos o presentar cartas escritas por ellos? En la parte superior de los comunicados de prensa subrayen "rueda fotográfica" y envíenlos a los jefes de fotografía y a la redacción. Pero no dejen de sacar también sus propias fotos en caso de que los profesionales por cualquier razón no lo hagan.

Televisión y radio

Las reglas para hacer que la noticia sea difundida por la televisión y la radio son las mismas que para la prensa, con la diferencia que la televisión necesita fotos interesantes y la radio buen sonido. Tengan esto siempre presente la planear sus actividades.

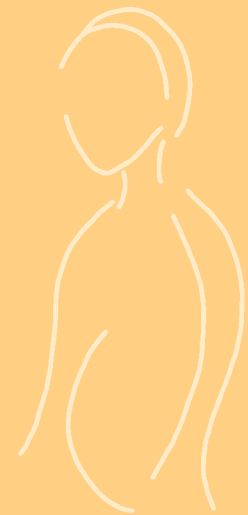
Tal vez una emisora de radio local pueda estar inclinada a difundir un programa preparado por los miembros de su Asociación. Averigüen si la radio puede prestarles un equipo de grabación de buena calidad y si puede ayudarles a usarlo. Los miembros pueden redactar un guión que incluya datos y cifras sobre el problema del embarazo en la adolescencia en el ámbito local y mundial, y preparar entrevistas con figuras públicas locales, tales como políticos, profesores y trabajadores de la salud.

Celebridades

Gánense la voluntad de alguna persona famosa y estén casi seguras de que atraerán el interés de la prensa local que probablemente publicaría una foto de dicha persona mientras ella firma la petición de ustedes o mientras les visita, particularmente si están en condición de ofrecer alguna cita de la "estrella" con relación a la campaña.

Cartas a la prensa

Escribir a la sección de cartas de un periódico es una gran manera de hacerse escuchar. Esta sección es una de las más leídas en cualquier periódico. Alienten a sus miembros a escribir a los periódicos locales. Procuren que las cartas sean cortas y escritas de forma sencilla y que no olviden mencionar la edad del remitente.



Gánense la voluntad de alguna persona famosa y estén casi seguras de que atraerán el interés de la prensa local.

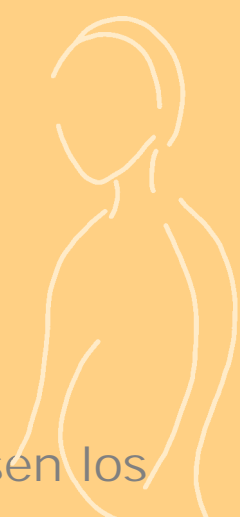


Proyectos comunitarios

Muchas Organizaciones Miembros de la AMGS conducen excelentes proyectos sobre salud sexual, los cuales proporcionan a los miembros los conocimientos, la experiencia y las aptitudes necesarias para poder elegir opciones con responsabilidad.

Aunque estos proyectos no formen parte de la campaña de apoyo activo, ustedes pueden usarlos para darle un empuje a la campaña; los proyectos pueden ser un tema excelente para una sección especial en una revista, un periódico, la radio o televisión. Cualquier actividad interesante puede convertirse en una buena noticia.

Usen los proyectos para demostrar a los medios de difusión y a sus lectores/ radio escuchas/telespectadores de qué manera las actividades del Guidismo ayudan a las niñas a desarrollar la confianza en sí mismas y la capacidad para tomar decisiones, cualidades que les ayudarán a evitar los embarazos a una edad temprana.



Usen los proyectos para demostrar a los medios de difusión y a sus lectores/ radio escuchas/ telespectadores de qué manera las actividades del Guidismo ayudan a las niñas a desarrollar la confianza en sí mismas y la capacidad para tomar decisiones



Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

Campaña en el ámbito nacional

La campaña de la AMGS para la prevención del embarazo en la adolescencia es una iniciativa mundial. Hay muchas formas en las que ustedes pueden apoyar la campaña en el ámbito nacional, por ejemplo, ustedes pueden:

- Enviar un comunicado de prensa a sus contactos de los medios de difusión pertinentes, después del lanzamiento mundial (diciembre 2000/ enero 2001).
- Plantear el problema cada vez que sea posible, en sus propios eventos o en eventos organizados por otros grupos.
- Organizar eventos y seminarios sobre el tema para que los conduzcan sus miembros jóvenes, invitando a otros jóvenes, a los medios de difusión y a organizaciones interesadas.
- Alentar la toma de conciencia del problema del embarazo a una edad temprana y dar a conocer cómo pueden abordarlo el gobierno, las escuelas locales, los servicios sanitarios, las comunidades y otras organizaciones de juventud.
- Escribir cartas a los órganos encargados de la toma de decisiones para alentarles a abordar el problema del embarazo precoz.
- Unirse en coparticipación con otras organizaciones igualmente interesadas en la prevención del embarazo en las adolescentes.
- Organizar una mesa redonda sobre el asunto, invitando a oradores clave, entre ellos gente joven y representantes de los medios de difusión.

Las siguientes páginas contienen consejo e ideas para ayudarles a realizar todas estas cosas. Más tarde, encontrarán consejos sobre cómo hacer campaña localmente.

Se ruega informar a Charlotte Collett-White, Jefa de Comunicaciones en la Oficina Mundial, sobre sus planes para la iniciativa.

Trabajando con la Organización Mundial de la Salud

La Organización Mundial de la Salud (OMS) apoya la iniciativa de la AMGS y proporcionará asesoramiento técnico a lo largo de la misma.

La participación de la OMS constituye una ayuda enorme para la campaña ya que nos otorga gran credibilidad y la autoridad para hablar.



La Organización Mundial de la Salud (OMS) apoya la iniciativa de la AMGS y proporcionará asesoramiento técnico a lo largo de la misma.



¿Cuál ha de ser el mensaje de ustedes?

Además de hablar sobre el problema del embarazo en la adolescencia y sobre nuestros objetivos, con la campaña tendrán la oportunidad de hablar sobre la AMGS y su Asociación. Cuando asistan a una reunión o hablen con los medios de difusión, piensen cuál de nuestros mensajes quieren promover:

- El embarazo en la adolescencia temprana: el problema y sus soluciones
- La importancia de la educación no formal para niñas y mujeres jóvenes
- El trabajo de su Asociación y el de la AMGS en el ámbito mundial.

Consulten el Documento de la Posición de la AMGS sobre el Embarazo Precoz (W.B. 3093/S, febrero 2000) para los mensajes clave sobre la campaña.



Lanzamiento de la campaña

Comiencen de la forma como esperan continuar. Lancen la campaña con un evento de alto perfil y una gran cobertura de los medios de difusión. El lanzamiento es la oportunidad ideal para transmitir mensajes al público objetivo, inclusive los medios de difusión.

En enero de 2001, la Oficina Mundial envió un comunicado de prensa a los medios de difusión en el ámbito mundial. Ustedes pueden sacar partido de la publicidad que surgirá a raíz del lanzamiento para lanzar sus propias campañas nacionales (a comienzos de 2001). Adjunto encontrarán un comunicado de prensa, a manera de ejemplo, para que informen sobre sus lanzamientos con antelación, adaptándolo de acuerdo a sus circunstancias.

El lanzamiento debe destacar el mensaje clave de la campaña:

- El problema del embarazo en la adolescencia
- El trabajo que ustedes realizan: ésta es una gran oportunidad para que establezcan su postura como parte del movimiento más grande del mundo para niñas y mujeres jóvenes.
- Los objetivos clave de la campaña

Al planear el lanzamiento, den a los periodistas tiempo suficiente para investigar el asunto y preparar el artículo. Ofrezcanles bastante información – inclusive las estadísticas que aquí adjuntamos, y la información específica de sus países. Ofrezcan entrevistas con personas clave, como por ejemplo la presidenta de su Organización, dirigentes locales, las mismas guías scouts y representantes de cualquier organización con la que estuvieran trabajando en esta campaña.

Tras el lanzamiento, pueden mantener el ímpetu con una serie de medidas encaminadas a lograr sus objetivos y, además, el foco de la atención en ustedes.

El lanzamiento es la oportunidad ideal para transmitir mensajes al público objetivo, inclusive los medios de difusión.



La opinión pública

La opinión pública es el elemento vital de toda campaña. La presión pública puede lograr cambios en la política y los servicios en el ámbito local y nacional.

En algunos países, se suele considerar a las adolescentes embarazadas como seres irresponsables o estúpidos; en otros, los matrimonios tempranos y la maternidad temprana son vistos como algo normal. Ustedes pueden simular un debate y ayudar a la gente a comprender que las madres muy jóvenes están en riesgo físico, educativo y social, y también lo están sus hijos.

Ustedes pueden informar e influir en la opinión pública de distintas formas. Las reuniones públicas y la exposición de carteles son una buena forma de llegar a la gente en el ámbito local. La mejor forma de llevar el mensaje al público más extenso es valiéndose de los medios de difusión: periódicos y revistas, radio y televisión e Internet. Los medios de difusión pueden ayudar a lograr cambios importantes en la opinión pública.

Cabildeo al gobierno

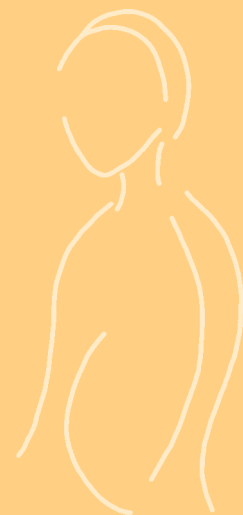
“Cabildeo” significa tratar de influir en quienes tienen a su cargo la promulgación de leyes. Ésta es una parte clave en una campaña de apoyo activo. Si apuntamos al cambio político, tenemos que involucrarnos en la política. El documento de la AMGS sobre política y directrices para las relaciones con la sociedad hace sugerencias sobre cómo trabajar con los ministerios gubernamentales.

Ustedes tendrán que tener un buen conocimiento de la política en sus países y regiones. ¿Qué oportunidades verdaderas hay ahí para el cambio? ¿Quiénes pueden mostrarse solidarios con sus fines y quiénes no? ¿Quiénes controlan los presupuestos para los servicios públicos? ¿Cuándo se toman las decisiones cruciales? Cada vez que exijan algo, tienen que estar seguras de que sea algo realista; por ejemplo, no tiene sentido solicitar más dinero para servicios sanitarios una semana después de fijados los presupuestos para el año.

Ustedes tienen que identificar a los políticos en quienes tengan que influir y tratar de conocerlos. Escríbanles una carta de presentación y solicítenles audiencia. Aprovechen toda oportunidad formal para tratar de obtener por cabildeo la aprobación de un proyecto. Consulten el documento de la AMGS sobre política y directrices para las relaciones con la sociedad para saber cómo forjar relaciones con los departamentos gubernamentales.

Los políticos tendrán una mejor comprensión de un asunto si lo ven con sus propios ojos; de manera que invítenlos a visitar proyectos en los que se trabaje con madres jóvenes para que se den cuenta por sí mismos que tener hijos a una edad temprana puede poner en riesgo la salud de las niñas y perjudicar sus oportunidades de educación y en el ámbito social. Invítenles a visitar algunas de las actividades de su Asociación para que se enteren de lo que ofrecen a sus miembros.

Recuerden que a los políticos les importa mucho la opinión pública ya que es a ésta a la que deben sus puestos. De modo que háganles saber que ustedes darán amplia publicidad a toda obra buena que ellos decidan hacer en favor de sus miembros.



La opinión pública es el elemento vital de toda campaña. La presión pública puede lograr cambios en la política y los servicios en el ámbito local y nacional.



Generalmente existe un abismo entre lo que los políticos dicen y lo que hacen. Si un político hace una declaración solidaria, ustedes tienen que agarrarse de ella. Mantengan un registro de lo que haya dicho y recuérdense en cada oportunidad que se presente. Cítenle en comunicados de prensa y en la correspondencia. Se le hará mucho más difícil escabullirse si ustedes se mantienen constantemente recordándole lo que dijo.

Redacción de cartas

La redacción de cartas es una de las formas más simples y eficaces de hacer campaña. En una carta ustedes pueden exponer su punto de vista de forma clara y considerada y pueden solicitar una respuesta. El lector tendrá que responder a los puntos por ustedes planteados, igualmente por escrito, y esto se convierte en una prueba que guardarán.

Más adelante se toparán con algunas sugerencias de cómo redactar cartas para grupos que son las cartas que escribirán en nombre de sus Asociaciones.

Consideren enviar una carta "abierta". Esto significa que al mismo tiempo que la envían a la persona objetivo también envían una copia a la prensa - que bien podría decidirse a cubrir el evento.

La carta tendrá más peso si viene de una alianza de organizaciones. Pregunten a otras organizaciones que trabajan en la misma cuestión si estarían dispuestas a firmar una carta conjunta.

A la vez que escriben a encargados de toma de decisiones importantes, también háganlo a otras personas, tales como dirigentes religiosos, educadores, celebridades. Pídanles que apoyen la campaña; si lo hacen, planeen como aprovechar al máximo su buena disposición.

Petición

Una petición es una buena forma de demostrar el peso de la inquietud popular sobre una cuestión. Las peticiones también proporcionan una buena oportunidad para contactar con personas, particularmente en la calle y eventos públicos. Esto también puede resultar un buen elemento de noticia. Pero para que sea eficaz, ustedes tienen que tratar de conseguir el mayor número de firmas. No lancen una petición a menos que su Asociación esté preparada a poner todo empeño en la recolección de firmas.

Si la Asociación tiene un sitio en el Web, pueden pedir a la gente que firme la petición electrónicamente. Pidan a los miembros y simpatizantes que la envíen por correo electrónico a todos sus contactos "en la línea", solicitándoles que divulguen la palabra. Alienten a otras organizaciones a que formen vínculos a través de sus Websites y que envíen sus contactos por correo electrónico.

Formación de redes

Mientras más personas estén detrás de la campaña, mayor será la influencia que ésta ejerza. Al formar redes con otras organizaciones, instituciones y personas, ustedes pueden divulgar la palabra sobre el embarazo precoz y al mismo tiempo incrementar el conocimiento y la comprensión sobre el Movimiento Guía Scout.



La redacción de cartas es una de las formas más simples y eficaces de hacer campaña.



En este paquete se incluye una lista de otras organizaciones que trabajan en el área de la salud sexual y de la reproducción, y sobre los derechos de las niñas y las jóvenes. Es muy probable que ustedes encontrarán otras organizaciones que trabajen localmente.

La política y las directrices generales de la AMGS sobre las relaciones con la sociedad contienen consejos sobre la formación de redes.

Eventos

Un evento puede proporcionar la oportunidad de juntar actores importantes y exponer la información y las exigencias de la campaña. A lo largo de la campaña, ustedes pueden realizar una serie de eventos para marcar las nuevas etapas de la campaña o introducir nuevas personas y nuevas ideas en el debate.

Además de los eventos de la campaña, también pueden organizar eventos sociales para entablar relaciones con los contactos, agradecer a las personas que han ayudado en la campaña u honrar las actividades del Guidismo y obtener el reconocimiento público.

Los eventos pueden adoptar distintas formas. A continuación mencionamos algunas posibilidades:

- Una conferencia donde las personas expertas entreguen documentos.
- Seminarios para que los practicantes discutan ideas y métodos de trabajo.
- Reuniones públicas para alentar la toma de conciencia de la campaña y pedir el apoyo de la gente.
- Un encuentro para demostrar la fuerza del apoyo popular y exigir acción.
- Una recepción o fiesta para ayudar a la gente a sentirse parte de la campaña e incrementar su entusiasmo.
- Una exposición de fotografía, pintura y careles.
- Una demostración de la campaña mediante un vídeo o programa de televisión.

Antes de realizar el evento

- Planeen cuidadosamente. Piensen en los fines del evento: es para despertar la conciencia general, influir en un grupo particular o alentar a las personas a que actúen por sí mismas.
- Elijan un lugar en el que las personas que quieren que asistan se sientan cómodas.
- Den publicidad al evento. Envíen un comunicado de prensa a los medios de difusión locales. Piensen en cómo llegar hasta las personas que ustedes quieren que asistan. Distribuyan hojas volantes o coloquen carteles en lugares céntricos de la comunidad y envíen invitaciones, por ejemplo a los colegios o centros sanitarios locales.
- Elijan un formato y asignen tiempo para cada actividad. Incluyan una actividad de 'calentamiento' para que la gente se aliste a reflexionar. El día del evento nombren a una persona para que supervise que nadie se pase del tiempo asignado.
- Comprueben si el lugar cuenta con todos los recursos y servicios necesarios. Coloquen letreros o carteles para darle carácter al lugar, y procuren que todos los mensajes sean claros para todos los asistentes.



Mientras más personas estén detrás de la campaña, mayor será la influencia que ésta ejerza.



- Monten una exposición sobre el trabajo que hayan realizado para que la gente la observe mientras espera que comience la reunión. Asegúrense de que haya el número de asientos de acuerdo con el número de personas que esperan que asistan. Cuando quedan asientos desocupados la gente suele pensar que hubo poca asistencia.
- Faciliten que la gente se involucre más en la campaña y manténganse en contacto. Coloquen una hoja volante en cada asiento con información sobre lo que las personas pueden hacer. Recojan nombres y direcciones de las personas de modo que más tarde puedan contactarlas.

Material de publicidad

Puede que requieran algún material de publicidad como respaldo de la campaña, tal como folletos con un mensaje sencillo para el público, hojas volantes para promover los eventos, carteles para colocarlos en lugares públicos a través del país y quizá una introducción o un informe más detallado sobre el asunto y los objetivos fijados.

Usen las estadísticas y citas de este paquete, así como las propias del país.

Preparen el material cuidadosamente para que la campaña tenga una identidad visual marcada. Consideren la elaboración de plantillas para ayudar a los grupos locales a elaborar su propio material.

Uso de los medios de difusión

Conseguir la cobertura de los medios de comunicación es más fácil de lo que ustedes se imaginan. Los periodistas siempre están buscando noticias interesantes. Ustedes pueden ayudarles si reflexionan en qué es lo que hace que la campaña sea una noticia digna de divulgar.

La Carpeta de la AMGS sobre las Relaciones con los Medios de Difusión contiene muchos consejos e información sobre el trabajo con los medios de difusión.

Creando la noticia

Adjunto encontrarán un comunicado de prensa estándar sobre el lanzamiento de la campaña de la AMGS. Pueden adaptarlo de acuerdo a sus propias circunstancias. Denle al acontecimiento una connotación nacional añadiéndole estadísticas nacionales, información sobre algunas de sus actividades y citas de sus dirigentes nacionales.

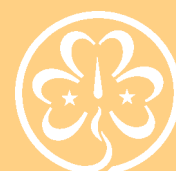
Pueden redactar un comunicado de prensa cada vez que tengan un nuevo acontecimiento que transmitir a los medios de difusión. La carpeta sobre los medios de difusión contiene sugerencias para redactar comunicados de prensa de forma eficaz.

Los periodistas necesitan una buena razón para cubrir una noticia. Muchos periodistas reciben un centenar de comunicados semanales, de modo que asegúrense que el de ustedes atraiga su atención. Cada comunicado debe contener una noticia nueva que merezca la pena divulgar.

El lanzamiento de sus campañas será en sí una noticia. Ustedes pueden crear otras más. Más adelante encontrarán algunas sugerencias y una lista de



Conseguir la cobertura de los medios de comunicación es más fácil de lo que ustedes se imaginan.



eventos internacionales que podrían servir para suscitar una noticia de actualidad. Manténgase informados sobre conferencias, publicaciones o las visitas de dignatarios que ocurran en el ámbito local y que podrían prestarse como sucesos 'anzuelos' para crear una noticia.

Elementos que hacen noticia:

- La celebración de un evento
- El anuncio de los resultados de una encuesta o sondeos de opinión
- Alguna investigación reciente
- El anuncio de los ganadores de algún concurso
- Hacer de anfitriones de la visita de alguna personalidad
- Informar sobre el progreso de la campaña de forma destacada, por ejemplo, "la petición ya ha sido firmada por 10.000 personas..."
- El desarrollo de una actividad muy única

'Anzuelos':

Un evento o una situación que ya está teniendo lugar y que podría aprovecharse para promover el asunto delicado de la AMGS, es lo que sería un 'anzuelo'. Por ejemplo:

Los eventos del Guidismo en el ámbito nacional
Las Conferencias Regionales de la AMGS
Las Conferencia Mundial de la AMGS

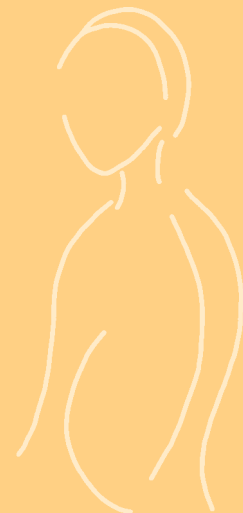
El 8 de marzo	Día de las Naciones Unidas para los Derechos de la Mujer y la Paz Internacional
El 7 de abril	Día Mundial de la Salud
El 15 de mayo	Día Internacional de las Familias
El 11 de julio	Día Mundial de la Población
El 8 de septiembre	Día Internacional de la Alfabetización
El 17 de octubre	Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza
El 20 de noviembre	Día Universal de la Infancia
El 1º de diciembre	Día Mundial del SIDA
El 5 de diciembre	Día Internacional de los Voluntarios para el Desarrollo Económico y Social
El 10 de diciembre	Día de los Derechos Humanos

Septiembre de 2001 – Sesión especial de la ONU sobre el logro de las metas de la Cumbre Mundial para la Infancia.

Rueda fotográfica

Cuando la noticia va acompañada de una buena fotografía hay más probabilidades de atraer una cobertura y hará que la noticia resulte más interesante para los lectores también. Las fotos de niños y gente joven siempre son populares de manera que piensen cómo usar a sus miembros: tal vez podrían hacer que ellos entreguen una petición a un político o posen junto a carteles por ellos preparados.

Subrayen "rueda fotográfica" en la parte superior del comunicado de prensa y envíenlo a los jefes de fotografía y a la redacción. Pero asegúrense de sacar ustedes mismos unas buenas fotografías en caso de que los profesionales no se molesten en aparecer.



Muchos periodistas reciben un centenar de comunicados semanales, de modo que asegúrense que el de ustedes atraiga su atención.



Televisión y radio

Las reglas para la divulgación de un acontecimiento por la radio y televisión son las mismas que para los periódicos, con la diferencia de que la televisión necesita fotos interesantes y la radio buen sonido.

Tengan esto presente cuando planeen sus actividades. Si están lanzando un nuevo informe o una nueva campaña, elijan el lugar que pueda ofrecer una vista interesante o que favorezca a la emisión del sonido, en vez de optar por la oficina. Por ejemplo, el equipo de televisión podría desear filmar en un centro de salud o juventud. O inviten al reportero de la radio a una reunión local del Guidismo, donde él o ella pueda grabar las conversaciones o canciones de las niñas. Las voces juveniles suelen representar un cambio refrescante en la programación radial habitual de los adultos, de modo que adiestren a sus miembros jóvenes para que den entrevistas.

Muchos locutores tienen espacios para programas pequeños a cargo de grupos de la comunidad. Investiguen la posibilidad de hacer su propio programa de televisión o radio.

Válganse de celebridades

Las celebridades pueden ser una gran ayuda para dar publicidad a una causa. Si pueden contratar a una persona célebre que sea popular entre las adolescentes sería una ventaja enorme. Hagan que los miembros escriban a sus celebridades favoritas pidiéndoles que apoyen la campaña.

Algunas celebridades puede que estén dispuestas a ofrecer sus nombres para la campaña, pero nada más. En cuyo caso, háganles prometer que harán una declaración y que les entregarán una foto que ustedes podrán enviar a la prensa.

Habrán personas que estarán dispuestas a hacer algo más, a quienes podrían pedir que:

- Asistan a una conferencia de prensa - ellas atraerán la presencia de periodistas y fotógrafos que de otro modo no asistirían.
- Visiten sus proyectos. También inviten a la prensa para que registre esto.
- Firmen la petición y alienten a sus amigos a que también lo hagan.
- Se reúnan con encargados de la toma de decisiones. Algunos políticos podrían estar más interesados en reunirse con una celebridad que con un grupo de guías/guías scouts. Pero ustedes también tendrán que estar presentes para garantizar que sean planteados los puntos clave.
- Mencionen la campaña en las entrevistas. En realidad, podrían hacer que esto sea una condición de aceptación de entrevistas.
- Promuevan la campaña entre sus clubes de admiradores.

Recuerden que tienen que preparar a la persona célebre cuidadosamente. Asegúrense que él o ella haya memorizado dos o tres puntos clave.



Las voces juveniles suelen representar un cambio refrescante en la programación radial habitual de los adultos, de modo que adiestren a sus miembros jóvenes para que den entrevistas.



Ideas para crónicas especiales

Una crónica es un relato más largo en un periódico o revista o en un programa de radio o televisión. No necesita contener noticias, pero si las contiene o está relacionado con una noticia de actualidad, será ventajoso. Las crónicas por lo general son comisionadas con bastante antelación a su publicación, ofreciendo a los periodistas suficiente tiempo para investigar el asunto y observarlo desde distintos ángulos. Si tienen alguna idea de una crónica, discútanla con un periodista ahora mismo.

La cuestión del embarazo en la adolescencia podrían explorarla tanto en el contexto local como el mundial, dando atención a los problemas específicos en sus países.

Establezcan la campaña dentro del contexto más amplio del trabajo de la Asociación. Observen otros proyectos y campañas que demuestren que el grupo de ustedes realiza un trabajo valioso en lo que concierne a las niñas y las jóvenes. Inviten a periodistas a visitar algunos de los proyectos o a reunirse con algunas de las niñas.

A algunos periodistas puede parecerles sorprendentemente gracioso la combinación del Guidismo y el tema de la sexualidad en la adolescencia. Si bien esto puede resultar irritante, aprovechen el posible interés de ellos para demostrarles que las guías y guías scouts no son meramente las niñas bien portadas que ellos se imaginan, sino mujeres verdaderas que tienen que confrontar las mismas decisiones y los mismos desafíos que sus contemporáneas.

Esforzarse para mantener buenos contactos

Procuren conocer a los periodistas que ustedes deseen que cubran la campaña. Envíenles información, llámenles por teléfono y, de ser posible, organicen una reunión informal para debatir el asunto. Invítenles a visitar los proyectos y a conocer a sus miembros. Una vez que un periodista esté interesado, será mucho más fácil lograr una cobertura de sus actividades. Ellos podrían tener buenas ideas sobre cómo promover la campaña, en las que quizá ustedes nunca pensaron.

Redacción de cartas

Una gran forma de dar a conocer los puntos de vista de uno es escribiendo a la sección de cartas de un periódico que es una de las secciones más leídas de un periódico. Algunas veces, una carta es una manera más segura de hacer llegar el mensaje que confiar en que el periodista lo haya entendido correctamente.

La carta debe ser breve y redactada de manera simple. Elijan un punto fuerte y explíqueno en 150 palabras o menos. Las cartas más ampliamente leídas tienen apenas una frase de extensión.

Finalmente

No dejen de enviar a la Oficina Mundial cintas grabadas, vídeos y copias de toda la cobertura de los medios de difusión.



La cuestión del embarazo en la adolescencia podrían explorarla tanto en el contexto local como el mundial, dando atención a los problemas específicos en sus países.



Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

Discurso modelo

¿Embarazo en la adolescencia? ¿Guías scouts? ¡Dos frases que generalmente no se las asociaría la una a la otra!

De modo que ¿qué es lo que tienen que ver las guías/guías scouts – siempre tan buenas y bien comportadas - con el tema del embarazo a una edad temprana? Pues yo diría que mucho... si consideramos que representamos a 10 millones de niñas y mujeres jóvenes de entre 5 y 20 años de edad. Una gran proporción de nuestros miembros es adolescente que día tras día se ve confrontada a decisiones sobre su actividad y sus relaciones sexuales.

Ante todo, he aquí algunos datos: cada año, 17 millones de adolescentes quedan embarazadas en el mundo. 15 millones de bebés nacen de madres adolescentes. Casi 4 millones y medio de mujeres, de entre 15 y 19 años de edad, se someten a abortos peligrosos, y 60.000 adolescentes fallecen a causa de problemas sanitarios relacionados con el embarazo y el parto.

La Asociación Mundial de las Guías Scouts o AMGS – en sus siglas - lanzó una iniciativa para crear conciencia de los riesgos sanitarios y sociales de las madres adolescentes. La Organización Mundial de la Salud apoya nuestra campaña al considerarla de primordial importancia y está proporcionando asistencia y conocimientos técnicos.

Hoy deseo considerar algunas de las razones por las que tantas mujeres jóvenes quedan embarazadas – y sobre lo que podemos hacer sobre esto.

¿Porqué es que tantas niñas quedan embarazadas? La respuesta obvia es que tienen relaciones sexuales sin la debida protección. Pero también se debe a la falta de educación apropiada. ¿O es quizá porque ellas no tienen acceso a los servicios sanitarios adecuados? ¿O porque los hombres les ponen presión? ¿O porque ellas quieren escaparse de sus vidas familiares y establecer sus propias familias? ¿Quizá porque ahora se casan más temprano? El embarazo a temprana edad ciertamente no es un problema de sólo este país o de otro particular. Son muchas las razones por las que las adolescentes se quedan embarazadas en *cualquier* parte del mundo. Las razones pueden tener que ver con la ignorancia, el temor, la cultura, presión y violencia.

¿Cómo es la vida de una madre joven? Según la Organización Mundial de la Salud, tener un hijo a una edad temprana limita gravemente la educación de la mujer y las perspectivas de empleo, esté o no casada. En muchos países del mundo en desarrollo, el matrimonio y la consecuente procreación significa el fin de la instrucción escolar. La falta de educación limita la capacidad de la mujer de encontrar trabajo remunerado y de tomar decisiones en otras áreas de su vida.

En los países en desarrollo, el embarazo en una adolescente soltera puede significar un futuro de pobreza, soledad o restricciones como madre soltera.



¿Embarazo en la adolescencia?
¿Guías scouts? ¡Dos frases que generalmente no se las asociaría la una a la otra!



Incluso puede forzarla a contraer matrimonio antes de estar lista, con la gran probabilidad de terminar en divorcio.

Para una madre adolescente soltera, con educación limitada y pocas posibilidades de encontrar trabajo remunerado, le resulta muy difícil ofrecer a su hijo la atención adicional que requiere, aun si tuviese quien cuidase de él.

La educación es la clave para prevenir el embarazo precoz. En todo el mundo es evidente que mientras mejor educada está una niña o mujer joven, menos son las probabilidades de que tenga demasiados hijos a una edad demasiado temprana. Por ello, es esencial que todas las niñas reciban educación, pero tiene que ser la educación *adecuada* y a largo plazo.

Muchas personas piensan que la educación sexual alienta a los jóvenes a iniciar una relación sexual temprana. Sin embargo, la realidad es lo opuesto. Según una investigación del ONUSIDA, la educación sexual persuade a los jóvenes bien a retrasar la actividad sexual o bien a abstenerse totalmente de ella.

El Guidismo ofrece a las niñas la oportunidad de desarrollar la confianza en sí mismas, las aptitudes de liderazgo y para la vida, y la capacidad de tomar decisiones. Cuando se ven frente a opciones ellas están en situación de tomar decisiones responsables acerca de sus estilos de vida. El solo hecho de pertenecer a un grupo de mujeres jóvenes, animado por los mismos sentimientos, les ofrece un sentido de seguridad y responsabilidad. A través de proyectos y programas que ellas mismas planean y desarrollan, también aprenden sobre cuestiones sanitarias.

El tipo de educación no formal que ofrecemos complementa la instrucción escolar convencional ya que ayuda a las niñas a desarrollar su capacidad de aprender. Pero sobre todo, los métodos de la AMGS garantizan que las jóvenes participen plenamente de nuestros programas hasta el punto de sentir que les pertenecen y que son su responsabilidad.

En Kenia, las Bahamas y África del Sur las guías han emprendido campañas de sensibilización del SIDA. En EE.UU., las guías scouts han publicado un libro útil sobre el embarazo en la adolescencia. En Bahrein, las guías están realizando seminarios y talleres sobre cuestiones de la salud de la reproducción. En Gambia, las guías están trabajando en un proyecto para despertar conciencia sobre las cuestiones sanitarias que afectan a las niñas y las jóvenes, tales como el embarazo precoz, la mutilación genital femenina y el VIH/SIDA. En Costa de Marfil, las guías ponen en escena cuestiones relativas al aborto y las enfermedades de transmisión sexual. Los diez millones de miembros de la AMGS tienen la posibilidad de participar en el programa de prevención del VIH/SIDA y hacerse acreedores a una insignia tras completar ciertas actividades. La AMGS trabajó con el ONUSIDA para preparar este programa de la insignia.

Todos estos proyectos ofrecen a nuestros miembros las herramientas necesarias para habilitarlos a tomar sus propias decisiones y transmitir lo aprendido a sus amigos.



Muchas personas piensan que la educación sexual alienta a los jóvenes a iniciar una relación sexual temprana.



Acceso a la información adecuada

Aproximadamente 100 millones de adolescentes no tienen acceso a información sobre la salud de la reproducción. Millones de vidas peligran porque la sociedad no proporciona a la juventud la información y los servicios que necesita para decidir con responsabilidad sobre sus comportamientos sexuales.

Aun cuando hay servicios sanitarios disponibles para mujeres jóvenes, éstos son amedrentadores y parecería que al diseñarlos no se tuvo en mente a la juventud. Por lo general están abiertos únicamente durante las horas escolares o puede que disuadan a las jóvenes a visitarlos solas; a veces, les resulta difícil y vergonzoso acudir a los centros de salud y hablar sobre su salud sexual.

Una vez más, son las organizaciones como la AMGS las que se preocupan de ofrecer información y apoyo. Un buen ejemplo es el proyecto de salud de las refugiadas adolescentes que emprende la AMGS en los campos de refugiados de Zambia, Uganda y Egipto. Al trabajar directamente con los proveedores de servicios sanitarios, las refugiadas adolescentes aprende sobre la salud de la reproducción a través de las actividades del Guidismo y después ellas pasan lo aprendido a las demás personas de la comunidad mediante la educación de grupos coetáneos.

Prácticas culturales

En la mayoría de las culturas, por tradición son los hombres los que toman las decisiones. Las jóvenes pueden verse forzadas a casarse a edad temprana con alguien que no aman o a tener relaciones sexuales contra su voluntad.

Las aptitudes para la toma de decisiones para la vida y las oportunidades de liderazgo que ofrecen organizaciones como la AMGS ayudan a niñas y mujeres jóvenes a tomar decisiones responsables sobre sus estilos de vida, inclusive si desean o no iniciar una relación sexual.

De modo que, ¿qué hacemos ahora?

A través de los años se ha hecho un llamamiento para informar, educar y apoyar a los adolescentes. Numerosas convenciones y plataformas para la acción: la Convención de los Derechos del Niño; la Convención de toda Forma de Discriminación contra la Mujer; la Declaración Universal de los Derechos Humanos exigen mejores servicios y una mejor educación, así como un mayor respeto a los derechos de los adolescentes. Hay apenas unos pocos sistemas legales que protegen los derechos de las madres y el acceso de toda mujer a servicios sanitarios y educación.

Todas las formas de educación apropiadas, duraderas y pertinentes deben ser asequibles a todas las niñas y mujeres jóvenes. Pero es obvio que nos encontramos bastante lejos de esa meta. 600 millones de mujeres en el mundo todavía son analfabetas. Educar es mucho más que simplemente enseñar a leer y escribir. A través de la educación la juventud puede tomar decisiones de forma responsable y con conocimiento de causa.



Aproximadamente 100 millones de adolescentes no tienen acceso a información sobre la salud de la reproducción.



Me gustaría concluir con una cita del Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, en su discurso al Foro Mundial de Educación el año pasado: «A menudo se dice que la educación ayuda a las niñas a incrementar la confianza en sí mismas y les habilita a tomar decisiones bien fundadas sobre sus vidas... Pero para la mayoría de niñas a través del mundo se trata de algo mucho más fundamental: se trata de escapar de la trampa del trabajo de menores o del peligro de tener hijos cuando todavía ellas mismas son niñas; se trata de manejar los embarazos de modo que no amenacen su salud, la posibilidad de ganarse el sustento y su vida misma; se trata de asegurar que sus hijos, en cambio, tengan garantizado su derecho a la educación».

Los diez millones de miembros de la AMGS nos dotan de una voz poderosa que usaremos para exigir que las niñas y las jóvenes de todas partes del mundo tengan acceso a todos los instrumentos necesarios para aprender a tomar decisiones con responsabilidad y conocimiento de causa sobre cada aspecto de sus vidas.



Los diez millones de miembros de la AMGS nos dotan de una voz poderosa...



Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

DECLARACIÓN DE RESPALDO

Para ser firmada por las personas solidarias con la iniciativa de la AMGS sobre la prevención del embarazo en la adolescencia

17 millones de adolescentes dan a luz cada año a través del mundo. Este índice elevado y las necesidades específicas de las adolescentes embarazadas no han sido abordados de la forma apropiada o adecuada.

Nosotros, los que abajo firmamos, instamos a los gobiernos, los formuladores de políticas y opinión, y demás personas o entidades con influencia, a enterarse de las necesidades de las adolescentes en todos los aspectos de su desarrollo y salud, y a concederles la debida atención.

Las jóvenes adolescentes quedan embarazadas por una serie de razones. En la mayoría de casos, es por falta de información, consejo o medidas preventivas o por tradiciones y prácticas culturales. En muchas partes del mundo, las jóvenes se casan en la adolescencia debido a presiones y también se sienten presionadas a tener hijos casi inmediatamente. Las jóvenes adolescentes pueden carecer de fuerza de voluntad, confianza en sí mismas y la capacidad de rehusarse a iniciar una relación sexual. El papel tradicional de mujer sumisa y hombre dominante hace que sea aún más difícil para la joven decir simplemente no.

Las vidas de millones de adolescentes a través del mundo están en peligro porque la sociedad no les proporciona la información, las aptitudes, los servicios sanitarios y el apoyo que necesitan para retrasar las relaciones sexuales hasta adquirir la plena madurez física y social, y estar en capacidad de tomar decisiones responsables con conocimiento de causa sobre sus comportamientos sexuales.

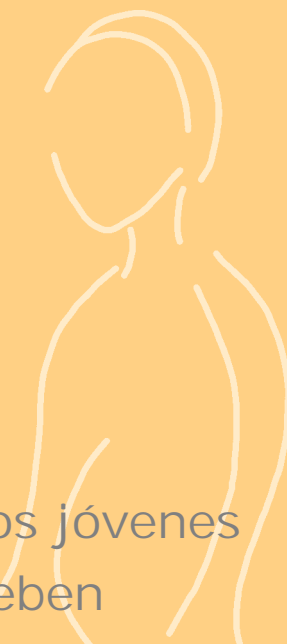
La juventud misma está en la mejor situación de juzgar qué tipo de educación y servicios requiere para poder tomar decisiones bien fundadas sobre sus comportamientos sexuales, y evitar embarazos no deseados. Los jóvenes deben participar en todos los procesos de toma de decisiones y la formulación de las políticas que determinan la naturaleza de la información y los servicios que se les provee.

Las organizaciones de juventud como la AMGS desempeñan una función vital en cuanto a alentar el aprendizaje en grupos coetáneos y ofrecer un espacio para el desarrollo de la persona y su capacitación en aptitudes para la vida. Todo esto contribuye al bienestar general de los adolescentes. A las organizaciones de juventud se les debe brindar el apoyo y el reconocimiento como instrumentos que proporcionan capacitación y programas de desarrollo adecuados a los adolescentes.

El embarazo en la adolescencia no debe tratarse como un asunto aislado, hay que abordarlo como parte de un enfoque de desarrollo con miras a mejorar el bienestar de todos los adolescentes, así como las opciones a las que tienen acceso.

FIRMAN:

Asociación Mundial de las Guías Scouts
Oficina Mundial, Centro Olave,
12c Lyndhurst Road, Londres NW3 5PQ, Inglaterra



Los jóvenes deben participar en todos los procesos de toma de decisiones y la formulación de las políticas que determinan la naturaleza de la información y los servicios que se les provee.





Founder
Robert Baden-Powell
First Baron Baden-Powell of Gilwell, OM
World Chief Guide 1930-1977
Olave, Lady Baden-Powell, GBE

WORLD ASSOCIATION

of Girl Guides and Girl Scouts

ASSOCIATION MONDIALE

des Guides et des Eclaireuses

ASOCIACION MUNDIAL

de las Guías Scouts

World Bureau

Olave Centre

12c Lyndhurst Road

London NW3 5PQ, England

Telephone: +44 (0)20 7794 1181

Telefax: +44 (0)20 7431 3764

PARA SU DIFUSIÓN INMEDIATA

COMUNICADO DE PRENSA

El embarazo en la adolescencia – un problema mundial

El embarazo en la adolescencia es un tema que debe abordarse urgentemente, dice la Asociación Mundial de las Guías Scouts

La Asociación Mundial de las Guías Scouts (AMGS) está lanzando una campaña sobre la prevención del embarazo en la adolescencia, centrada en las jóvenes menores de 15 años. Al hablar en nombre de sus 10 millones de miembros, la AMGS desea crear conciencia del problema en el ámbito mundial y promover formas de abordar activamente el problema.

Cada año, 17 millones de adolescentes quedan embarazadas. Estos embarazos conllevan altos riesgos, tanto para las madres como para los hijos. Cada año, fallecen 60.000 adolescentes a causa de partos y entre 2 y 4 millones se someten a abortos peligrosos. Más allá de estas estadísticas, los embarazos precoces con frecuencia ponen fin a la educación de las niñas y obstaculizan su desarrollo social.

La AMGS estima que la educación, inclusive la educación no formal, constituye la clave para prevenir el embarazo en la adolescencia. La AMGS hace un llamamiento a los gobiernos, padres de familia, escuelas, servicios sanitarios y comunidades para que proporcionen el tipo de educación, información y servicios sanitarios apropiados que ayuden a las niñas y las mujeres jóvenes a tomar decisiones con responsabilidad y conocimiento de causa.

Ginny Radford, portavoz de la AMGS, dijo "las organizaciones como la AMGS ofrecen actividades que ayudan a niñas y mujeres jóvenes a desarrollar aptitudes para la vida y convertirse en ciudadanas responsables y aptas para tomar decisiones. Al intensificar el desarrollo total de las niñas, no sólo se previenen los problemas sino que también se mejoran su salud y bienestar.

~FIN~

Para más información dirigirse a:

Charlotte Collett-White, Jefa de Comunicaciones de la Asociación Mundial de las Guías Scouts,
Tel.: 0044 (0)207 7941181

Iniciativa de la AMGS sobre la Prevención del Embarazo en la Adolescencia

ESTADÍSTICAS

Una de cada cinco personas en el mundo es adolescente (entre los 10 y 19 años de edad – definición de la OMS)¹

Cerca del 85 % de los adolescentes en el mundo (de un total aproximado de 1.200 millones) vive en los países en desarrollo¹

La Organización Mundial de la Salud define a la salud como el estado general de completo bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades o dolencias⁴

60 de cada 1000 adolescentes mujeres dan a luz cada año, un total de 17 millones de bebés. Estos bebés corren casi el doble de riesgo de fallecer durante su primer año de vida que los bebés que nacen de madres de más edad¹

Cada año, por lo menos 60.000 mujeres adolescentes fallecen a causa de problemas de salud relacionados con el embarazo o el parto¹

4,4 millones de mujeres entre 15 y 19 años se someten a abortos peligrosos¹

El embarazo temprano es un riesgo de salud importante para las mujeres jóvenes²

En muchos países en desarrollo, por lo menos el 50% de todas las mujeres da a luz antes de cumplir los 20 años de edad²

Las jóvenes que quedan embarazadas antes del pleno desarrollo físico, particularmente las menores de 17 años, confrontan un riesgo más alto de contraer enfermedades, sufrir heridas e incluso perder la vida por causas asociadas con el embarazo, parto o aborto²

Muchos de los embarazos no son deseados y, no obstante, sólo el 17% de los adolescentes usa alguna forma anticonceptiva³

Las niñas de entre 10 y 14 años están cinco veces más expuestas a perder la vida durante el embarazo/parto que las mujeres de entre 20 y 24 años³

Se estima que la cifra de adolescentes sin acceso a información de la salud de la reproducción llega a los 100 millones³

Las mujeres de entre 15 y 19 años tienen hasta el 200% de mayor riesgo de fallecer durante el embarazo/parto que las mujeres de más edad⁴

Las jóvenes que no han alcanzado su plena madurez física y fisiológica están 3 veces más expuestas a perder la vida debido a complicaciones en el alumbramiento que las mujeres de más edad⁴



En muchos países en desarrollo, por lo menos el 50% de todas las mujeres da a luz antes de cumplir los 20 años de edad²



Los bebés de las madres adolescentes tienen menos probabilidades de sobrevivir. El bajo peso al nacer es más común en los bebés de madres adolescentes⁴

OTRAS ESTADÍSTICAS

La Organización Mundial de la Salud estima que cada año, 1 de 20 adolescentes contrae infecciones de transmisión sexual (por ejemplo, VIH/SIDA, gonorrea, sífilis, herpes)²

Las mujeres representan actualmente casi la mitad de los casos de VIH/SIDA, y en los países con alto predominio del virus, las mujeres jóvenes están en más riesgo de contraerlo que los hombres jóvenes²

33,6 millones de personas viven con el VIH/SIDA²

1,2 millones de niños menores de 15 años viven con el VIH/SIDA²

Las mujeres representan por los 14,8 millones de personas adultas que viven con el VIH/SIDA²

Se estima que entre 100 y 132 millones de niñas y mujeres en el mundo han sido sometidas a mutilaciones genitales²

Cada minuto, 5 jóvenes de entre 10 y 24 años de edad contraen el VIH³

Cada año, aproximadamente 2 millones de niñas entre 5 y 15 años se ven forzadas a ingresar en el comercio sexual³

CITAS

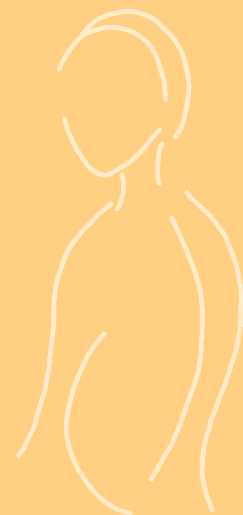
«El alumbramiento a una edad temprana es profundamente debilitante. La maternidad, particularmente en la joven soltera, motiva la interrupción de su educación, limita seriamente su capacidad de producir una renta y perjudica su habilidad de tomar decisiones con conocimiento de causa sobre su vida.»¹

«Las vidas de millones de adolescentes en todo el mundo peligran porque la sociedad no proporciona a la juventud la información, las aptitudes, los servicios sanitarios y el apoyo que necesita para retrasar las relaciones sexuales hasta adquirir la plena madurez física y social y estar en capacidad de tomar decisiones sobre su comportamiento sexual con responsabilidad y conocimiento de causa»¹

«Según el ONUSIDA, la educación sexual contribuye a que los jóvenes retrasen su primera relación sexual y de este modo se protegen no únicamente de un embarazo no deseado sino de contraer el VIH y otras enfermedades de transmisión sexual»²

«La mujer - casada o no - que queda embarazada a una edad temprana, limita seriamente sus perspectivas de educación y empleo. En muchos países del mundo en desarrollo el matrimonio, y la inevitable maternidad, ponen fin a la educación, lo cual limita la capacidad de la mujer de tomar decisiones bien fundadas y conseguir un trabajo remunerado»⁴

«En los países en desarrollo, el embarazo en una adolescente soltera puede conducirla a un futuro precario, económica y socialmente, como madre



Las mujeres representan los 14,8 millones (46%) de personas adultas que viven con el VIH/SIDA²

Cada año, aproximadamente 2 millones de niñas entre 5 y 15 años se ven forzadas a ingresar en el comercio sexual³



soltera o a un matrimonio forzado con la gran posibilidad de terminar en divorcio»⁴

«En las organizaciones de juventud, a la persona joven le resulta con frecuencia más fácil abordar los temas delicados debido a la variedad de actividades comúnmente disponibles y porque el entorno es mucho más propicio para la participación que en la escuela o los servicios sociales. Las organizaciones de juventud, además, proporcionan capacitación en liderazgo y conducen campañas para la salud pública que a la vez fomentan el desarrollo social de sus miembros y ofrecen educación y capacitación en cuestiones de la salud pública»⁴

«Los niños de madres adolescentes generalmente están en situación de desventaja debido a la inmadurez física y emocional de ellas y porque ellas al tener sus hijos a una edad temprana, se ven forzadas a interrumpir sus estudios. Los riesgos son especialmente mayores para un niño cuya madre es adolescente (12-16 años), soltera, pobre o porque no fue deseado. Cuando prevalecen todas estas condiciones, el peso de haber nacido de una madre adolescente es todavía mayor»⁵

«Cuando las niñas quedan embarazadas, las normas escolares las fuerzan a abandonar sus estudios. Al considerar el futuro de sus hijas, los padres tienden a ver a la educación no como una ventaja para un matrimonio y una maternidad satisfactorios, sino como un obstáculo»⁶


«Sin los beneficios de una educación, las jóvenes son vulnerables a iniciar una relación sexual a una edad temprana y contraer enfermedades de transmisión sexual. Es así como a ellas les toca pagar muchas veces más el precio mortal de no tener educación»⁶

«A menudo se dice que la educación ayuda a las niñas a incrementar la confianza en sí mismas y les habilita a tomar decisiones bien fundadas sobre sus vidas... Pero para la mayoría de niñas a través del mundo se trata de algo mucho más fundamental: se trata de escapar de la trampa del trabajo de menores o del peligro de tener hijos cuando ellas mismas todavía son niñas; se trata de manejar los embarazos de modo que no amenacen su salud, la posibilidad de ganarse el sustento y su vida misma; se trata de asegurar que sus hijos, en cambio, tengan garantizado su derecho a la educación»⁶

TRATADOS, CONVENCIONES E INFORMES DE LAS NACIONES UNIDAS

Tomado del informe sobre la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, El Cairo (Egipto) Septiembre 1994

Los adolescentes deberían tener acceso a la información y los servicios necesarios que les ayuden a comprender su sexualidad y a protegerse de los embarazos no deseados, las enfermedades de transmisión sexual y el subsecuente riesgo de la infecundidad. Esto debería combinarse con la educación a los hombres jóvenes para que respeten la autodeterminación de las mujeres y compartan con ellas la responsabilidad en lo que a la sexualidad y la reproducción se refiere.



Las organizaciones de juventud, además, proporcionan capacitación en liderazgo y conducen campañas para la salud pública que a la vez fomentan el desarrollo social de sus miembros y ofrecen educación y capacitación en cuestiones de la salud pública»⁴



Particularmente para la mujer joven, el matrimonio temprano y la maternidad temprana pueden afectar gravemente sus oportunidades educativas y de empleo y posiblemente tengan efectos adversos a largo plazo en la calidad de vida de sus hijos y la suya propia. Las escasas oportunidades educativas y económicas y la explotación sexual son factores importantes en los elevados niveles de maternidad temprana.

Los programas para adolescentes han demostrado ser mucho más eficaces cuando han contado con la plena participación de los jóvenes en la identificación de sus necesidades en materia de salud sexual y de la reproducción, y en la elaboración de programas que respondan a dichas necesidades.

Los países, junto con la asistencia de la comunidad internacional, deben proteger y promover los derechos de los adolescentes a la educación, información y atención de la salud de la reproducción que reducirían considerablemente el número de embarazos en la adolescencia.

Tomado de la Declaración Universal de Derechos Humanos 1948

Del artículo 25

La maternidad y la infancia deben tener derecho a cuidados y asistencia especiales. Todos los niños nacidos, bien dentro del matrimonio o bien fuera de él, tienen derecho a la misma protección social.

Tomado del Plan de Acción de la Juventud, Braga 1998

Recomendamos la formulación/el examen y la aplicación de una política nacional integrada de salud de la juventud que aborde todas las principales cuestiones sanitarias: salud sexual y de la reproducción, abuso sexual, explotación sexual, salud mental, salud medio ambiental y ocupacional.

Tomado de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de la Discriminación contra la Mujer.

Tomado del artículo 12

1. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la esfera de la atención médica a fin de asegurar, en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres, el acceso a servicios de atención médica, inclusive los que se refieren a la planificación de la familia.
2. ... los Estados Partes garantizarán a la mujer servicios apropiados con relación al embarazo, el parto y el período posterior al parto, proporcionando servicios gratuitos cuando fuese necesario y le asegurarán una nutrición adecuada durante el embarazo y la lactancia.

¹ The Second Decade – Organización Mundial de la Salud


² Naciones Unidas - Mujeres del Mundo 2000 -Tendencias y Estadísticas

³ A time Between Health, Sexuality and Reproductive Rights of Young People, FNUAP


⁴ The Health of Young People, A Challenge and a Promise, OMS

⁵ Women's Empowerment and Reproductive Health, UNFPA

⁶ Tomado del discurso de Kofi Annan en el Foro Mundial de la Educación, Dakar, 26 de abril de 2000



Los programas para adolescentes han demostrado ser mucho más eficaces cuando han contado con la plena participación de los jóvenes en la identificación de sus necesidades en materia de salud sexual y de la reproducción, y en la elaboración de programas que respondan a dichas necesidades.



WAGGGS' Initiative on the Prevention of Adolescent Pregnancy

Cifras Importantes

Las siguientes tablas incluyen las estadísticas de una selección de países con elevado porcentaje de madres adolescentes

Europa

Países	Partos de mujeres menores de 20 años (%) 1991-1997
Islandia	5,2
Reino Unido	6,9
Irlanda	5,4
Portugal	7,1
República Checa	9,0
Eslovaquia	12,3
Polonia	7,8
Hungría	11
Estonia	12,9
Croacia	5,6
Bielorrusia	14,0
Rumania	16,5
Federación Rusa	17,5
Letonia	10,5
Kazajstán	12,6
Georgia	19,7
Turquía	12
Ucrania	19,9
Uzbekistán	10,9
Kirguizistán	10,6



Hemisferio Occidental

Países	Partos de mujeres menores de 20 años (%) 1991-97
Canadá	6.3
Estado Unidos	13.1
Bahamas, las	13.8
Chile	15.0
Antigua y Barbuda	15.8
Argentina	15.7
Uruguay	15.6
Trinidad y Tobago	13.7
Venezuela	19.9
Panamá	18.9
México	15.7
San Cristóbal y Nevis	16.7
Ecuador	17.2
San Vicente y las Grenadinas	20.5
Brasil	18.0
Belice	17.7
El Salvador	20.2
Guatemala	17.3
Suriname	16.6

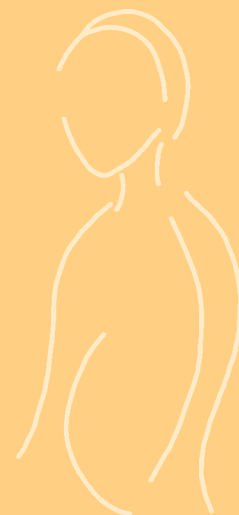


© Informe sobre los Derechos Humanos 1999, Oxford University Press, Nueva York



Asia Pacífico / África/ Arabia

Países	Partos de mujeres menores de 20 años (%) 1991-1997
Australia	4.9
Nueva Zelanda	7.5
Brunei	6.3
Mauricio	10.6
Tailandia	13.0
Filipinas	6.2
Sri Lanka	8.3
Maldivas	14.8
Irán	11.7
Zimbabue	14.5
Pakistán	8.0



© Informe sobre los Derechos Humanos 1999, Oxford University Press, Nueva York



Contact Details

FAMILY HEALTH INTERNATIONAL

INTERNATIONAL HEADQUARTERS AND NATIONAL OFFICES

Family Health International
P.O. Box 13950
Research Triangle Park, NC 27709
U.S.A.
Telephone: (919) 544-7040
Fax: (919) 544-7261

Family Health International
HIV/AIDS Department
2101 Wilson Boulevard, Suite 700
Arlington, VA 22201
U.S.A.
Telephone: (703) 516-9779
Fax: (703) 516-9781

Regional and Country Offices

Africa

CHP/IMPACT/Abidjan
Blvd Giscard d'Estaing
Zone 3 Trecheville
01 BP 5315
Abidjan 01
COTE D'IVOIRE

FHI/Egypt
9 Rostom Street
3rd Floor, Suite 13
Garden City
Cairo
EGYPT

FHI/Ethiopia
Pathfinder International
PO Box 12655
Addis Ababa
ETHIOPIA

FHI/Ghana
E 199/9, 5th Estates Road
(off Sunyani Avenue)
Kanda Estates
Accra
GHANA

FHI/Kenya
The Chancery, 2nd Floor, Valley Road
PO Box 38835
Nairobi
KENYA

FHI/HIV-AIDS Dept/Kenya
HAPAC Field Office
Mamboleo Shopping Market
Kajulu Area, near Mt. Sinai Hospital
PO Box 9082
Kisumu, Nairobi
KENYA

FHI/Madagascar
BP 139
201 Diego-Suarez
Diego-Suarez
MADAGASCAR

FHI/Malawi
House City Center
NICO House, 1st Floor
Lilongwe 3
MALAWI

FHI/Namibia
PO Box 9910, Eros
8A Dorothy Street, Ludwigsdorf
Windhoek
NAMIBIA

FHI/Nigeria
18 Temple Road
Off Pa Alfred Rewane Road
Ikoyi, Lagos State
NIGERIA

FHI/IMPACT/Rwanda
BP 3149
Bâtiment Saint Paul
Près de l'Eglise Sainte Famille
Kigali
RWANDA

FHI/Senegal
PO Box 3335
Avenue Cheikl Anta Diop
A côté des Immeubles Roses
Dakar
SENEGAL

FHI/Tanzania
PO Box 72809
Upanga East, Magore Road Plot # 1026
(across from JWTZ Head Office)
Dar es Salaam
TANZANIA

FHI/Zambia
9614 Chudleigh
Lusaka
ZAMBIA

Asia

FHI/Cambodia
PO Box 2586
Post Boeng Pralit
Phnom Penh III
CAMBODIA

FHI/India
909 International Trade Towers
Nehru Place
New Delhi 110 019
INDIA

FHI/Indonesia
Kantor Wilayah Departemen Kesehatan RI
JL. Yujuh Belas 17 Agustus
Manado
INDONESIA

FHI/Kazakhstan
21 Koktem 1
Almaty 480090
KAZAKHSTAN

FHI/HIV-AIDS Dept/Nepal
GPO Box 8803
Lima Lane, Bakundole
1-E Bakhundole Height
Kathmandu
NEPAL

FHI/Population and Reproductive Health/
Nepal
PO Box 2727
Fifth Lane
Kumari Pati, Jawalakhel
Kathmandu
NEPAL

IMPACT/Philippines
Department of Health STD/AIDS Unit
Building 12, 3rd Floor
San Lazaro Compound, Santa Cruz
Manila, Metro Manila
PHILIPPINES

FHI/Asia Regional Office
Arwan Building, 8th Floor
1339 Pracharaj 1 Road
Bangsue, Bangkok 10800
THAILAND

ANE/Vietnam
30 Nguyen Du, Suite 201
Hanoi
VIETNAM

Europe

FHI/Europe
Unit 222, Bon Marche Centre
251 Ferndale Road, Brixton
London SW9 8BJ
ENGLAND

Latin America and the Caribbean

FHI/Brazil
SRTVS Quadra 701 Bloco K
Ed. Embassy Tower Sala 501
CEP 70340-000 Brasilia/DF
BRAZIL

FHI/Dominican Republic
DIGECITSS Plaza Metropolitana
J.F. Kennedy esq. Ortegay Gasset
Local 305
Santo Domingo
DOMINICAN REPUBLIC

FHI c/o INHSAC
PO Box 13408
Petion-ville
HAITI
IMPACT/Haiti
c/o POZ
2 rue Tertulien Guilbaud, Bourdon
Port-au-Prince
HAITI

FHI/Mexico
Calle Libra 152
Colonia Prados de Churubusco
Delegación Coyoacán
Mexico DF 04230
MEXICO

FHI/Honduras
Fundacion Fomento en Salud
Edificio CIICSA, 1er Piso
Colonia Palmira
Avenida República de Panamá
Tegucigalpa, M.D.C.
HONDURAS

THE WORLD HEALTH ORGANIZATION

The World Health Organization Regional Office for Africa

Temporary Address

The World Health Organization
Regional Office for Africa (AFRO)
Parirenyatwa Hospital
P.O. Box BE 773
Harare
Zimbabwe
Telephone: (00263) 407.69.51 or 470.74.93
Facsimile: (00263) 479.01.46 or 479.12.14
Internet email: regafro@whoafr.org
Website: <http://www.whoafr.org/>

The World Health Organization Regional Office for the Americas

The World Health Organization
Regional Office for the Americas / Pan
American Health Organization (AMRO/PAHO)
525, 23rd Street, N.W.
Washington, DC 20037
U.S.A.
Telephone: +1 (202) 974-3000
Facsimile: +1 (202) 974-3663
Telex: 248338 - 440057 - 64152 - 892744
Telegraph: OFSANPAN WASHINGTON
Internet email: postmaster@paho.org
Website: <http://www.paho.org/>

The World Health Organization Regional Office for the Eastern Mediterranean

The World Health Organization
Regional Office for the Eastern Mediterranean
(EMRO)
WHO Post Office
Abdul Razzak Al Sanhoury Street,
(opposite Children's Library)
Nasr City
Cairo 11371
EGYPT
Telephone: 202 670 25 35
Facsimile : 202 670 24 92 or 202 670 24 94
Email Inquiries: emro@who.sci.eg
Website: <http://www.who.sci.eg>

The World Health Organization Regional Office for Europe

The World Health Organization
Regional Office for Europe (EURO)
8, Scherfigsvej
DK-2100 Copenhagen O
Denmark
Telephone: (0045) 39.17.17.17
Facsimile: (0045) 39.17.18.18
Telex: 15348 or 15390
Telegraph: UNISANTE COPENHAGEN
Internet email: postmaster@who.dk
Website: www.who.dk

**The World Health Organization
Regional Office for South-East Asia**
The World Health Organization
Regional Office for South-East Asia (SEARO)
World Health House
Indraprastha Estate
Mahatma Gandhi Road
New Delhi 110002
India
Telephone: (0091) 11.331.7804 or
11.331.7823
Facsimile: (0091) 11.331.8607 or
11.332.7972
Telex: 3165095 or 3165031
Telegraph: WHO NEW DELHI
Internet email: postmaster@whosea.org
Website: <http://www.whosea.org>

**The World Health Organization
Regional Office for the Western Pacific**
The World Health Organization
Regional Office for the Western Pacific
(WPRO)
P.O. Box 2932
1000 Manila
Philippines
Telephone: (00632) 528.80.01
Facsimile: (00632) 521.10.36 or 536.02.79
Telex: 27652-63260-40365
Telegraph: UNISANTE MANILA
Internet email: Postmaster@who.org.ph
Website: <http://www.wpro.who.int/>