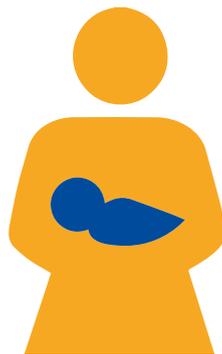




International
Confederation
of Midwives

Kit de herramientas de
defensa y promoción de la ICM
PARA MATRONAS
Y MATRONES





Agradecemos al UNFPA por su continuo apoyo y colaboración



Lenguaje del kit de herramientas de defensa y promoción

El kit de herramientas de defensa y promoción de la ICM fue diseñado para que sea fácil de entender y utilizar.

Este fue hecho para proporcionar a matronas, matrones y asociaciones las herramientas necesarias para abogar por un aumento en los recursos para la partería a nivel mundial. El kit también ayudará a las matronas y matrones a crear conciencia y educar a sus comunidades sobre determinados asuntos respecto a la salud; a abogar por incrementar los derechos y la protección de su profesión; a amplificar las voces y las necesidades de matronas y matrones, en su país y en todo el mundo, ante los principales líderes y legisladores.

Como instrumento educativo, este recurso ofrece una introducción y una guía para abogar, además de brindar una clara visión general de la defensa y promoción, basada en las preguntas clave: *¿Qué? ¿Dónde? ¿Quiénes? ¿Por qué? y ¿Cómo?*

La mejor manera de utilizar este kit de herramientas es leer cada sección, comprender más a fondo lo relacionado con la defensa y promoción, y consultar este material al planificar sus actividades en esta área. Recuerde que es posible que ya esté llevando a cabo actividades de defensa y promoción a menor escala. Si desea desarrollar nuestra versión de defensa y promoción, este kit de herramientas puede ayudarle a tener en cuenta su audiencia, mensajes y actividades sobre el tema, para hacer más sólidos sus esfuerzos, impacto y resultados.





Crédito de imagen: Jordan Rowland en Unsplash



Contenido

1. ¿Qué es Defensa y Promoción?	4
2. Defensa y Promoción y la Partería	4
3. Niveles de Defensa y Promoción	10
4. Entender su problemática	11
5. Tipos de Defensa y Promoción	11
Defensa y Promoción grupal, profesional y política	12
Defensa y Promoción profesional	12
Defensa y Promoción política	13
6. Planeación estratégica	16
Establecer su objetivo	16
Entender a su audiencia	18
Comunicar su mensaje	18
Herramientas de comunicación y canales	19
7. Trabajar con los medios de comunicación	20
Sesión informativa de periodistas	20
Mantenerse al día con las noticias	20
Comunicados de prensa	20
Ejemplo de aviso a los medios de comunicación	21
8. Trabajar con el gobierno	22
9. Los mensajes	22
10. Uso de las redes sociales	24
FACEBOOK	24
TWITTER	25
INSTAGRAM	25
PUBLICACIONES EN BLOGS	26
11. Monitoreo y evaluación	27
12. Ver un panorama más amplio	28
CONECTARSE	29
Asociaciones	29
Miembros de la Junta Regional	29
El equipo de la ICM	29

1. ¿Qué es Defensa y Promoción?

¿Qué piensa cuando escucha 'DEFENSA Y PROMOCIÓN'?

La defensa y promoción es el acto de apoyar una causa para efectuar un cambio. Podemos participar en la defensa y promoción ya que nos apasiona una causa o un tema y queremos crear conciencia o promover soluciones. Si bien algunas personas influyen en las políticas y los legisladores al más alto nivel para que se produzcan cambios institucionales, muchos de nosotros abogamos a nivel base, debatiendo estos asuntos y haciendo que quienes nos rodean participen en conversaciones importantes.

La defensa y promoción tiene muchas definiciones:

Tomado del Diccionario de Oxford : “El apoyo público o la recomendación de una causa o política particular”.

“Un conjunto de acciones organizadas destinadas a influir en las políticas públicas, las actitudes de la sociedad y procesos políticos que permitan y den poder a los marginados para hablar por sí mismos”. John Samuel, Presidente del Centro Nacional de Estudios de Promoción en la India

En resumen, la defensa y promoción es el acto de comunicar un mensaje para lograr un cambio. La palabra *advocar* viene del latín *advocare*, que se traduce como “llamado de ayuda”.

2. Defensa y Promoción y la Partería

Entender lo efectivo de la defensa y promoción en la práctica, puede ser todo un desafío. ¿Cómo es este aspecto en el área de la partería? ¿Qué habilidades y conceptos utilizan aquellos que abogan por la partería para comunicar su mensaje de forma eficaz?

Hemos hablado con los principales defensores de la partería y les hemos preguntado cuáles consideran que son sus diez mejores consejos en cuanto al tema. Esto es lo que dijeron:

1. RESPONSABILIZARSE

- *Es imprescindible que los que están en una situación problemática entiendan cuál es la responsabilidad de cada persona en la creación de ese problema. Como humanos, tenemos la capacidad de co-crear cosas extraordinarias, pero fallamos si no nos autoresponsabilizamos.*

Suzanne Stalls, Asesora Técnica Principal, Jhpiego

2. NUNCA RENDIRSE

Nunca den por sentado que los políticos y los legisladores saben lo que estamos defendiendo. Necesitan información, pero que sea simple y precisa. Déjenles material escrito. Trabajen con el gobierno pese a que son ustedes quienes los están presionando para el cambio. Involucren a los ciudadanos sin ponerlos en peligro de ninguna manera y, sobre todo, ¡nunca se rindan!

Rose Mlay, Coordinadora Nacional de la Alianza del Listón Blanco, Tanzania

3. CONSEGUIR EL APOYO POR PARTE DE LAS MUJERES

No podemos hacer nada sin el apoyo de las mujeres. No tiene sentido luchar por la partería si las mujeres no quieren hacerlo. Las mujeres necesitan saber que la partería existe y exigirla. Las matronas y matrones necesitan construir bases.

Petra ten Hoop-Bender, Asesora Técnica sobre los Derechos y la Salud sexual y reproductiva, Oficina de Cinebra del UNFPA

4. SER UN SOLO EQUIPO, CON UNA SOLA VOZ

Todas las matronas y matrones necesitan unirse a sus Asociaciones de Partería para combinar sus esfuerzos, talentos, conocimiento y habilidades. Las matronas y matrones necesitan trabajar como un solo equipo, con una sola voz.

Andre Nyamabaji, Asociación de Partería de Ruanda

5. COLABORAR

¡No podemos hacerlo solos! Necesitamos relacionarnos con socios potenciales clave; la colaboración es fundamental. Hoy en día contamos con nuevas plataformas de redes sociales que no teníamos hace 20 años, así que utilicemos estos medios de forma eficaz. Creemos conciencia e interactuemos utilizando Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. Hablemos con las matronas y matrones. ¡Que se oigan nuestras voces!

Felicity Mapuvire Ukoko, Jefe de Programas de Partería, Fundación Wellbeing África

6. SER CONVINCENTE

Los defensores de las matronas y matrones deben estar bien informados sobre la salud de la madre y el recién nacido en el mundo, en su país y en su región. Necesitamos hechos convincentes e información. Necesitamos el apoyo de los colegas que trabajan en diferentes áreas de partería para apoyar nuestros argumentos con ejemplos en el tema, para que podamos dar un rostro y un nombre a lo que estamos defendiendo: mujeres reales con familias reales.

Nester T. Moyo, Asesora de Partería Principal, ICM

7. HACER USO DE LA EVIDENCIA Y MANTENERNOS POSITIVOS

Para crear el cambio es necesario combinar la colaboración, la cooperación, las voces fuertes de las mujeres y las familias, el uso de evidencia, además de ser políticamente astuto y hábil en el uso de los medios de comunicación. No es fácil. La gente no siempre está de acuerdo con los demás o no trabajan juntos como sería de esperarse.

Profesora Mary Renfrew, Universidad de Dundee, Escocia

8. SER ESTRATÉGICO

Según mi experiencia, la defensa y promoción de la partería a menudo sufre de falta de identificación de un problema que sea lo suficientemente concreto, ya sea adoptando un enfoque demasiado amplio o demasiado complejo, o embarcarse en una estrategia que no está lo suficientemente dirigida o adaptada para el público o el agente de cambio, sino más bien permanecer en gran medida autorreferencial. Campañas que sean múltiples, pequeñas y efectivas son mejores que una gran idea que no despegue o da en el blanco.

Rima Jolivet, Iniciativa Women & Health, Harvard T.H. Chan School of Public Health

9. ENFOCARSE EN LAS MUJERES Y LOS BEBÉS

El compromiso con las mujeres se puede ver en quienes tienen éxito como líderes en partería. Cuando nos centramos en las mujeres y los bebés, y no en nosotros mismos, llegamos mucho más lejos.

Deborah Armbruster, USAID

10. SER AUDAZ, HABLAR SIN MIEDO

En mi experiencia, el más grande obstáculo somos nosotros mismos. No hablamos con una sola voz; nos falta la audacia necesaria para ser nuestros propios defensores y tal vez también nos falta conocimiento en defensa y promoción. Debemos empezar con el deseo y el interés de hacer que las cosas cambien y marquen la diferencia.

Lennie Kamwendo, la Alianza del Listón Blanco, Malawi





Crédito de imagen: Kelly Sikkema en Unsplash

3. Niveles de Defensa y Promoción

La defensa y promoción puede darse desde un nivel base en la comunidad, hasta un nivel internacional. En la comunidad, este tema se centra en gran medida en el cambio de la sociedad, las actitudes culturales y la sensibilización, con el fin de cambiar los comportamientos respecto a un tema, asunto o grupo.

En el ámbito nacional, la defensa y promoción requiere la movilización social dentro de las comunidades y organizaciones para crear el impulso para el cambio institucional. Estas son las áreas más comunes en las que se lleva a cabo: muy pocos operan en los niveles más altos, creando un ambiente propicio para el cambio a través del cabildeo y abogando por cambios en las políticas.



El poder de la defensa y promoción radica en la armonización de las iniciativas base con los esfuerzos mundiales. Esta no es solo un espacio político; la acción in situ suele ser como una onda, creando un impulso que garantiza la acción en los niveles más altos de la política y la toma de decisiones.

Para que esta sea eficaz, los defensores deben comprender el amplio impacto de su voz y sus acciones. Hemos estado trabajando para abrir un espacio de defensa y promoción para voces fuertes e impactantes en el área de la partería. La defensa y promoción puede dirigirse a cualquier nivel del sistema o a un sistema más complejo. El nivel al que se dirige depende de cuál es el cambio deseado, quién tiene el poder de realizarlo y qué mensajes y mensajero(s) son los más propensos a escuchar o responder.

Las decisiones que se toman a nivel individual afectan a las personas de otros niveles. Por lo tanto, es necesario realizar actividades de defensa y promoción a todo nivel para lograr un cambio duradero. Por ejemplo, una organización nacional de partería puede gastar dinero en nuevos equipos para matronas y matrones. Esto podría significar que no pueden asignar presupuesto a la organización regional de partería para invertir en la renovación de las instalaciones de las escuelas de partería. Por lo tanto, la escuela de partería local no puede cumplir su objetivo de renovar sus instalaciones y ampliar su centro para formar a más matronas y matrones.

En este escenario, el trabajo de defensa y promoción debe dirigirse a la escuela de partería local, a nivel regional, nacional e internacional. Esto se debe a los vínculos entre la cuestión de proporcionar nuevo equipo a los profesionales existentes y la ampliación de las escuelas de formación en partería para educar a más personal. Las matronas y matrones individuales se ven afectados por las decisiones que se toman en los niveles superiores. Sin embargo, podemos cambiar estas decisiones influyendo en los responsables de tomar medidas.

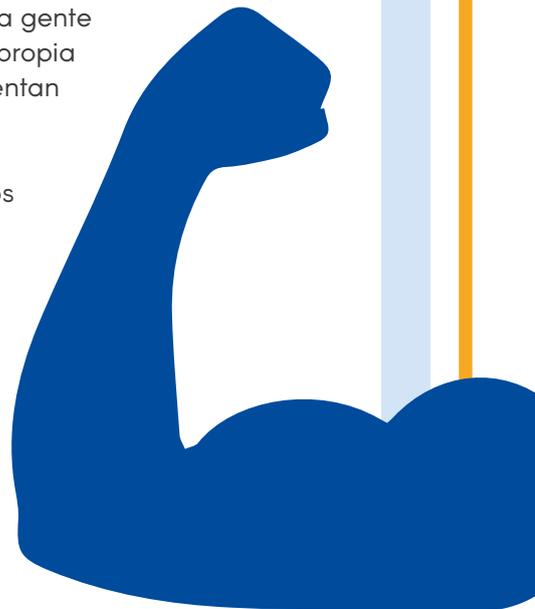
4. Entender su problemática

Si su objetivo es abogar por el cambio, el primer paso es identificar qué problemática quiere abordar para que pueda estructurar su mensaje en torno a estas inquietudes.

Para ayudar a los defensores de la partería a identificar los asuntos que los motivan, hemos seleccionado algunos de los retos comunes a los que se enfrentan matronas y matrones. ¿Tal vez haya identificado un asunto o un desafío que la gente aún no haya reconocido? En cualquier caso, cada uno tiene su propia voz para abordar las problemáticas comunes a las que se enfrentan matronas y matrones en su trabajo y en su comunidad.

Como este es un kit de herramientas para todos, esperamos que estos mensajes clave sirvan como una guía para ayudar a mantener la coherencia de los mensajes y para informar a matronas y matrones de todo el mundo sobre las causas por las cuales podrían querer abogar.

Si las matronas y matrones a nivel global usan los mismos mensajes, dichos mensajes tendrán más poder e importancia.



5. Tipos de Defensa y Promoción

DEFENSA Y PROMOCIÓN GRUPAL, PROFESIONAL Y POLÍTICA

En este kit de herramientas se resumirán estrategias para abordar las distintas formas de defensa y promoción en torno a diferentes asuntos, entendiendo que esta no solo consiste en identificar los problemas, sino también en compartir las soluciones



DEFENSA Y PROMOCIÓN POR PARTE DE MATRONAS Y MATRONES EN REPRESENTACIÓN DE OTROS Y/O OTROS GRUPOS

Esto se relaciona con cuestiones que afectan a grupos específicos basados en cosas que definen a ese grupo, como el género. En la partería, la defensa y promoción de grupos suele estar relacionada con cuestiones de derechos humanos.

Algunos ejemplos son:

- El Cuidado Materno Respetuoso
- La igualdad de género: el derecho de la mujer a determinar su experiencia de nacimiento
- El fin de la violencia obstétrica y la intervención innecesaria

A continuación se presenta una lista de temas clave que son importantes para la partería con mensajes que describen la posición de la ICM en cada asunto. Estos ejemplos deberían ayudar a establecer el escenario para su defensa y promoción.

- Abuso de derechos

En tiempos de guerra y disturbios civiles, las violaciones a los derechos humanos son más frecuentes y los grupos vulnerables, entre ellos las mujeres y los niños, suelen sufrir de manera desproporcionada. La ICM reconoce el valor de las matronas y matrones que en las circunstancias más difíciles continúan proporcionando cuidados a las mujeres y a sus recién nacidos. Alentamos a nuestras Asociaciones de Partería a que ejerzan presión sobre las ONG y los gobiernos de todo el mundo para que apoyen las iniciativas de paz.

- Desigualdad de género

Las mujeres son dignas de respeto y deben ser tratadas con dignidad en todas las situaciones. Por lo tanto, la ICM apoya todos los esfuerzos para empoderar a las mujeres -incluyendo a las matronas- para que sus Derechos Humanos les sean reconocidos, y la comprensión de las responsabilidades que conlleva el ejercicio de tales derechos.

- La medicalización de la atención en maternidad

Cuando la educación de las matronas y matrones se limita a los hospitales y los entornos clínicos, puede impedir estos lleven a cabo todo el alcance su profesión de partería como se indica en la Definición Internacional de la Matrona de la ICM y en las Competencias Esenciales de la Matrona y de la ICM para la práctica básica de la partería. Esas experiencias pueden repercutir en la capacidad de matronas y matrones para apoyar a las mujeres en lograr un parto normal. Apoyamos a matronas y matrones -en colaboración con las mujeres- a:

- Promover el parto normal dentro del servicio de maternidad.
- Confirmar a las matronas y matrones como los principales cuidadores y expertos en parto normal.
- Enriquecer la educación de matronas y matrones para mejorar las habilidades y competencias en el parto normal.

DEFENSA Y PROMOCIÓN PROFESIONAL

Esto se relaciona con cuestiones que afectan a las matronas y matrones y a la partería como profesión. Matronas y matrones enfrentan una serie de asuntos como resultado de trabajar en una profesión altamente de género, en algunos casos en áreas de conflicto o en ámbitos donde a su autonomía se le resta autoridad.

Algunos ejemplos son:

- Abogar por mujeres y bebés para que tengan una experiencia de nacimiento sin intervención innecesaria.
- Generar demanda de matronas y matrones por parte de las mujeres y sus familias.
- La campaña Lo que las mujeres quieren: las mujeres dicen lo que quieren que los servicios de salud materna hagan por ellas.

A continuación se presenta una lista de temas clave que son importantes para la partería con mensajes clave que describen la posición de la ICM en cada asunto. Estos ejemplos deberían ayudar a establecer el escenario para su defensa y promoción.

- La falta de reconocimiento del trabajo que hacen las matronas y matrones

A nivel mundial, hay una falta de comprensión sobre la importancia de matronas y matrones para ayudar a las mujeres a tener un parto seguro. La ICM reconoce la necesidad de identificarlos específicamente como los profesionales de la salud más apropiados para brindar atención especializada a las mujeres durante el embarazo, el parto y el período postnatal. Por lo tanto, promovemos y respaldamos las habilidades en partería y de las matronas y matrones (tal y como se definen en los documentos básicos y las declaraciones de posición de la ICM) como vitales para la salud y el bienestar de la mujer y el recién nacido.

- La falta de reconocimiento de la partería como una profesión distinta

En algunos países, la partería todavía lucha por lograr el reconocimiento como profesión autónoma. La práctica autónoma de la partería permite a matronas y matrones proporcionar atención actualizada, basada en evidencia, de alta calidad y ética a las mujeres en edad reproductiva y sus familias, como se establece en la Definición de Matrona de la ICM. Por ello, la ICM anima y apoya a matronas y matrones para asegurar y mantener la autonomía de la profesión, con el fin de servir mejor a las mujeres y a las familias en edad fértil.

- El bajo salario como resultado de la falta de financiación

Las malas políticas y condiciones de empleo pueden hacer que el trabajo de matronas y matrones sea increíblemente difícil. La ICM insta a las Asociaciones Miembro a que ejerzan presión a los gobiernos, esto con el fin de establecer sistemas legales y de empleo que apoyen y mantengan prácticas laborales favorables para la madre –y el bebé– por parte de los empleadores. Las matronas y matrones necesitan entornos propicios para que puedan atender a las mujeres y los bebés que cuidan.

- La sobrecarga del personal laboral de matronas y matrones

En 2011, el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA, por sus siglas en inglés) publicó un informe – El Estado de la Partería en el Mundo 2011: ofrecer salud, salvar vidas –dando una mirada a la partería alrededor del mundo. Su análisis de 58 países mostró que había una escasez mundial de 350.000 matronas y matrones, de los cuales al menos un tercio son necesarios en los países más pobres del mundo.

La ICM ofrece una gama de herramientas en línea para ayudar a ampliar los programas de educación y los marcos reglamentarios, lo que permitirá aumentar el número de profesionales competentes en sus países, a fin de prestar un mejor servicio a las mujeres en edad reproductiva y a sus familias.

DEFENSA Y PROMOCIÓN POLÍTICA

Esto se relaciona con una variedad de asuntos que afectan a matronas y matrones y a la partería como profesión. Matronas y matrones también se enfrentan a cuestiones políticas que afectan a su trabajo, pero estas dependen de la región o el país en el que trabajan, así como del estado mundial actual de la partería. Por lo tanto, la defensa y promoción dependerá a menudo de lo que estos profesionales estén experimentando en diversos lugares del mundo.

Algunos ejemplos son:

- La despenalización de los nacimientos en la comunidad o en el hogar.
- La protección de la partería autónoma.
- El poner fin a la mutilación genital femenina.

A continuación se encuentra una declaración de la Líder Joven Matrona, Massoma Jafari, sobre un ataque que tuvo lugar en la escuela de partería en Afganistán en 2018:

“Hace unas semanas, una escuela de partería en Jalalabad fue atacada por un grupo insurgente. Más de 70 matronas y enfermeras de la comunidad estudiantil escaparon con la ayuda del personal de la escuela, pero tristemente tres hombres del personal de apoyo fueron asesinados. La escuela permanece cerrada, y se desconoce si se abrirá de nuevo. Los programas de educación en partería de la comunidad son únicos, en el sentido de que ofrecen alojamiento residencial y se anima a las familias a enviar a sus esposas, hijas, hermanas, etc., a estas escuelas para convertirse en matronas y volver a servir a su comunidad. Encontrar nuevas candidatas, con un nivel de educación suficiente en esas zonas remotas con el empeoramiento la seguridad, es muy difícil”.

Después de que ocurriera el incidente, las matronas en Afganistán y en todo el mundo se mantuvieron unidas en solidaridad, compartiendo mensajes en las redes sociales, atrayendo la cobertura de noticias y ayudando a la escuela a recuperarse del ataque. La respuesta a este ataque muestra la defensa y promoción política en acción.

Identificar si los temas que más le motivan o de los que es testigo, se relacionan más profundamente con partería de grupal, profesional o política, lo cual puede ayudar a enmarcar sus mensajes y sus actividades de defensa y promoción. Para los asuntos políticos, el cabildeo puede ser la actividad más efectiva, mientras que, por cuestiones personales, sería mejor abogar por cambiar las actitudes de aquellos a su alrededor o entre comunidades específicas. Esto se relaciona con cuestiones que afectan a matronas y matrones y a la partería como profesión. Matronas y matrones enfrentan una serie de asuntos como resultado de trabajar en una profesión altamente de género, en algunos casos en áreas de conflicto o en ámbitos donde a su autonomía se le resta autoridad.





Crédito de imagen: Ian Macharia en Unsplash

6. Planeación estratégica

ESTABLECER SU OBJETIVO

Bases para una buena estrategia:

Su estrategia de Defensa y Promoción debe resolver las siguientes preguntas:

Asunto y Tema: ¿qué problema identificó?, ¿a quién afecta?

Cambio deseado (Solución(es)): ¿qué puede ayudar a resolver el problema de forma parcial o total?

Objetivo (Solución deseada): ¿qué espera lograr como resultado de su defensa y promoción?, ¿qué quiere que hagan?

Audiencia: ¿a quién necesita persuadir para que esto sea importante?

Movilizar: ¿cómo va a motivar a su audiencia para que actúen?

Método de comunicación: ¿cuál es la mejor manera de presentar su argumento?

Recursos: ¿con qué cuenta?, ¿qué necesita?

Logística: ¿quién hará determinada acción y cuándo?

Evaluación de los efectos: ¿cómo es el éxito?

¿Cuáles son sus objetivos generales? ¿Cuáles son sus objetivos a corto plazo?

Una vez que tenga una idea sobre los problemas que quiere destacar y superar, es bueno tener posibles soluciones a estos desafíos. Entonces, no solo está abogando contra la falta de respeto o la injusticia, sino también por algo positivo.

Pensar en las soluciones y en lo que espera conseguir, ayudará a orientar las actividades que emprenda como parte de su defensa y promoción. Soluciones a los problemas comunes de la partería podrían incluir:

- Mejores condiciones de trabajo.
- Políticas de apoyo a matronas y matrones y a la partería.
- Membresía en una Asociación de Partería para asegurar la representación y la unidad.
- Las matronas y matrones que trabajan en la comunidad.
- Atención centrada en la mujer.
- Un claro alcance de la práctica.

Comprender sus objetivos, lo que quiere lograr y sus mensajes serán útiles a la hora de decidir qué tipo de actividad funcionaría mejor para comunicarse con su audiencia. Esto le ayudará a alinear la actividad con su objetivo.

Si el objetivo o la solución incluyen crear conciencia sobre un tema, podría decidir el dar forma a su defensa y promoción en torno al intercambio de información.

A continuación se muestra una lista de actividades de defensa y promoción –note cómo cada actividad tiene una audiencia objetivo diferente, desde el público hasta periodistas y los medios.

Informar al público sobre las matronas y matrones

- Organizar una reunión, una manifestación relámpago, una marcha, una presentación pública, una maratón u otros eventos de alta visibilidad.

- Cree una campaña en las redes sociales y anime a sus fanáticos y seguidores a participar compartiendo sus propias experiencias sobre los cuidados en partería (vea ejemplos de mensajes para ayudarse).
- Llame a su estación de radio local y cuéntales sobre los problemas que enfrentan las matronas y matrones locales, y si puede compartirlo con su audiencia.

Crear conciencia sobre los servicios de partería:

- Ofrezca servicios gratuitos de salud prenatal, postnatal u otros referentes a salud reproductiva para sensibilizar a las mujeres sobre los beneficios los servicios de partería.
- Establezca un espacio seguro para que el público reciba gratuitamente pruebas de detección de cáncer cervical o de mama, consejos sobre planificación familiar, etc.
- Invite a legisladores a visitar los servicios de partería y deles a conocer la vida cotidiana de una matrona o matron.
- Compartir su trabajo en las redes sociales con los hashtags pertinentes. Estos variarán dependiendo de los días clave de defensa y promoción, pero muchos de los populares utilizados por la ICM incluyen [#midwife](#), [#midwives](#), [#midwifery](#), [#HealthforAll](#) y [#NormalBirth](#)

Alimentar el sistema de apoyo entre las matronas y matrones

- Llevar a cabo un acto de celebración en el que matronas y matrones puedan conocerse e intercambiar conocimientos sobre las prácticas y los enfoques que les permitan ejercer la partería de manera eficaz.

Colaborar con otros profesionales de la salud

- Reunir a las partes interesadas en la salud o la igualdad de género para resaltar colectivamente la invaluable labor de las matronas y matrones.
- Organizar un evento social, ya sea formal o informal, en el que matronas y matrones puedan ser homenajeadas por un grupo diverso de defensores en apoyo de su trabajo.
- También podría mostrar un video sobre las matronas y matrones o los servicios de salud reproductiva, con el fin de fomentar una reflexión más profunda sobre la partería entre los asistentes; o bien, organizar una mesa redonda con un debate sobre la importancia de los servicios de partería.

Aumentar el número de matronas y matrones

- Organizar visitas a las escuelas secundarias para hablar de la partería como carrera y, a largo plazo, reclutar nuevos estudiantes. Organizar reuniones con funcionarios del gobierno para discutir estrategias de permanencia.

Conseguir un cambio de política

- Invitar a los funcionarios del gobierno a un panel de discusión y abordar los cambios necesarios.
- Compartir las conclusiones de los diferentes informes, por ejemplo: Voces de matronas, realidades de las matronas, el Informe sobre el Estado de la Partería en el Mundo, La serie de Lancet sobre Partería, o cualquier otro informe local/nacional sobre servicios de partería que pueda estar disponible en su país.
- Invite a los funcionarios gubernamentales pertinentes a visitar su lugar de trabajo para que compartan los logros de matronas y matrones y, al mismo tiempo, aprendan cómo apoyarlos mejor para que superen los desafíos.
- Abogar por que los responsables de la toma de decisiones fomenten un entorno propicio para la práctica de la partería.

ENTENDER A SU AUDIENCIA

Otro aspecto clave para plantear su defensa y promoción y lograr sus objetivos es decidir tanto a su audiencia como su tema. ¿A quién está abogando? ¿Para quién está abogando?

Su público es la gente que necesita persuadir de que su tema es importante. Esto podría incluir, pero no limitarse a:

- Mujeres
- Familias
- Los líderes de la comunidad
- Otras matronas y matrones
- Legisladores
- Los académicos y/o investigadores
- Los médicos y las enfermeras
- Los medios de comunicación

Mientras tanto, las matronas y matrones generalmente buscan empoderar y representar a:

- Las mujeres
- Los recién nacidos
- Las familias
- Las matronas y matrones
- Los estudiantes de partería

La defensa y promoción comienza a tener éxito cuando el público se inspira para actuar. Abogar ante personas o grupos puede ser un reto porque todos tienen diferentes prioridades y no todos hallan inspiración en los mismos argumentos. Para motivar a nuestro público, debemos tratar de imaginar la situación desde sus perspectivas y preguntarnos qué es lo que motivará a nuestra audiencia.

COMUNICAR SU MENSAJE

Tener una clara comprensión de sus objetivos y su audiencia es clave para dar forma a su mensaje de defensa y promoción, y asegurar que se comunique eficazmente a una variedad de público objetivo:

- Gobierno internacional, nacional y local
- Organizaciones no gubernamentales e instituciones de beneficencia
- Líderes de la comunidad y de la fe
- Madres y otros miembros pertinentes del público en general
- Profesionales de la salud y asociaciones
- Otras matronas y matrones

Tan importante como [identificar la audiencia](#) con la que se quiere comunicar, es [elegir a la persona adecuada para compartir el mensaje](#).

Calidad: todos los que formen parte de la campaña tendrán algo de valor añadido. Juegue con las fortalezas de cada individuo, los recursos disponibles y las redes de trabajo.

Equidad: asegúrese de que las diversas voces se escuchen y estén representadas. El mensaje de su grupo debe ser acordado colectivamente. Esto podría requerir el asegurar un consenso sobre el mensaje objetivo para que su audiencia escuche este único mensaje y no varios, lo cual podría ser confuso.

Liderazgo: un frente unificado es un DEBER. Todos los socios y aliados deben presentar una perspectiva similar en su defensa y promoción, además de tener confianza en el apoyo a su causa.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y CANALES

TIPOS DE COMUNICACIÓN		Cobieranos/ Instituciones/ Expertos	No-expertos informados	Público en general	
		Escrita	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de políticas Documentos de investigación Documentos de trabajo Informes sobre políticas Artículos periodísticos orientados hacia las políticas 	<ul style="list-style-type: none"> Resúmenes sobre políticas, memorandos y fichas técnicas Boletines Reportes sobre políticas 	<ul style="list-style-type: none"> Artículos de opinión en periódicos Cartas a periódicos Avisos clasificados, carteles, posters, camisetas, calcomanías.
		Oral	<ul style="list-style-type: none"> Exposiciones de conferencias Exposiciones menos formales en reuniones uno-a-uno o grupos para ejercer presión Exposiciones para grupos de trabajo o audiencias públicas 		<ul style="list-style-type: none"> Programas de radio y televisión Audiencias y reuniones públicas Discursos en público
		Por videos		<ul style="list-style-type: none"> Documentales Publicidad basada en defensa y promoción 	
Digital	<ul style="list-style-type: none"> Sitios web dedicados a la defensa y promoción 	<ul style="list-style-type: none"> Campañas por correo electrónico Páginas o sitios web dedicados a defensa y promoción Plataformas de redes sociales de trabajo Aplicaciones de mensajes o textos 			



7. Trabajar con los medios de comunicación

Relacionarse con los medios de comunicación puede amplificar enormemente su mensaje y su visibilidad, tanto en términos de información al público como de crear conciencia. Aunque los medios de comunicación son importantes, no siempre es fácil conseguir que los periodistas escriban sobre lo que se hace, ya que hay mucha competencia por la publicidad. Los periodistas decidirán si cubren su historia basándose en si creen que será interesante para sus lectores o espectadores, y si es importante en el contexto local.

SESIÓN INFORMATIVA DE PERIODISTAS

Puede elegir invitar a los periodistas a una sesión informativa que incluya un recorrido por una sala de partería o ponerlos en contacto con las madres que han estado acompañadas por una matrona durante todo el embarazo y el parto.

MANTENERSE AL DÍA CON LAS NOTICIAS

Una forma sencilla de hacer uso de los medios de comunicación es mantenerse al tanto de las últimas noticias locales y nacionales, además de seguir cualquier actualización que sea relevante para sus intereses y causa.

COMUNICADOS DE PRENSA

Dos semanas antes del evento, envíe un aviso a los periodistas locales. Una semana antes del evento asegúrese de hacer un seguimiento con sus periodistas. La ICM normalmente compartirá un comunicado de prensa cinco días antes de la fecha. Intente convencer al periodista proporcionándole los hechos que le ayudarán a tomar una decisión efectiva:

- ¿Qué actividad o evento está organizando?
- ¿Qué lo hace interesante para sus lectores o espectadores?
- ¿Por qué es importante o único?
- ¿Quiénes asisten o están invitados?
- ¿Cuándo y dónde tendrá lugar?

Además, incluya:

- Una breve cita –esto puede ser por parte de una matrona, matrón o madre local– que resalte la perspectiva humana y que muestre por qué el evento y/o fecha es importante e interesante. Si puede encontrar una persona famosa o un líder municipal notable para proporcionar una cita de apoyo, mejor.
- Una breve explicación sobre la fecha referente a defensa y promoción que está celebrando y de su propia organización.
- Detalles de contacto en caso de que alguien quiera solicitar más información.

A continuación encontrará un ejemplo de un aviso dirigido a los medios de comunicación por parte de la ICM para un evento del DIM (Día Internacional de la Matrona). Envíelo a sus periodistas locales para convencer y llamar la atención sobre la defensa y promoción:

Ejemplo de aviso a los medios de comunicación

Aviso a los medios de comunicación para su inmediata publicación

Fecha

Mayo 5, Día Internacional de la Matrona

¿Qué está haciendo?

¿Dónde está ocurriendo?

¿Cuándo (fecha y hora)?

Una cita breve de alguien relevante para la historia

Información de contacto (nombre y número de teléfono)



Nota para los editores: El Día Internacional de la Matrona se celebra el 5 de mayo de cada año con el fin de resaltar el importante papel que desempeñan las matronas y matrones en la salud de las madres, los niños y sus familias. Más de 340.000 mujeres y más de 3 millones de bebés en todo el mundo mueren cada año por complicaciones evitables en el embarazo y el parto. La mayoría de estas muertes se evitarían si hubiera suficientes matronas y matrones calificados y con recursos adecuados disponibles en todo el mundo. Estos profesionales están capacitados para prestar hasta 87% de los servicios relacionados con el parto, lo que los convierte en los profesionales de la salud ideales para apoyar a las mujeres a través de la continuidad de la atención en maternidad.

La Organización Mundial de la Salud, varios organismos de las Naciones Unidas y otros órganos internacionales han determinado que las matronas y matrones son la clave para reducir las muertes y discapacidades de las madres y los recién nacidos a nivel mundial. Dado que obtienen un rendimiento 16 veces mayor al de su inversión, el efecto dominó de la mejora de los resultados sanitarios es significativo. Las matronas y matrones salvan vidas.

Para ayudarle a escribir su comunicado de prensa, hicimos una lista con cuatro consejos importantes:

1. OBJETIVO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Basándose en el público al que se dirige, decida si va a un periódico, un blog, la radio o la televisión local. Averigüe qué tipo de historias cubren y cómo se relaciona su historia con eso. Cuando escriba un correo electrónico, hable con ellos o envíe un comunicado de prensa, siempre vincule su trabajo con su historia para mostrar cómo es relevante para ellos y su medio de comunicación.

2. SU COMUNICADO DE PRENSA DEBE SER CORTO Y DIRECTO No más de una página de largo y sin ninguna información superflua. Incluya lo más importante en el encabezamiento y al principio del cuerpo. Los periodistas quieren saber quién, qué, por qué, cuándo y cómo, entonces asegúrese de que el primer párrafo de su comunicado de prensa aborde estas cuestiones. Deje los detalles menos críticos hasta el final.

3. MANTENGA EN EL CORREO ELECTRÓNICO Si va a enviar un correo electrónico, ponga el comunicado de prensa en el cuerpo del mismo. Añada un título informativo e interesante en el asunto del correo, pero no exagere, esto le hará perder credibilidad ante el periodista. Abrir los archivos adjuntos requiere un clic extra, y debe tratar de hacerles la vida lo más fácil posible a los periodistas.

4. HACER SEGUIMIENTO Llame por teléfono a la redacción o al periodista al que le envió el correo electrónico. Asegúrese de preguntar si tienen tiempo de hablar antes de empezar a contarles su historia. Todos los periodistas trabajan con plazos de entrega cortos, así que no los llame a última hora de la tarde. Una vez que han dicho que tienen tiempo para hablar, rápidamente preséntese y describa la historia; hágala corta y concisa, y dígales por qué es relevante para ellos y para el público. Pregúnteles si están interesados o si alguien más de su equipo lo está. Sea cortés y educado, y tome un no como respuesta. Una vez que se haya presentado a sí mismo y a su organización, usted siempre puede volver atrás y preguntar sobre una historia diferente, tratar un no como un paso para construir una relación con el periodista.

8. Trabajar con el gobierno

El cabildeo es, en definitiva, el acto de tratar de influir en las acciones, las políticas o las decisiones de los funcionarios políticos, en particular de los encargados de formular políticas o los legisladores. Puede que no sea necesario trabajar con el gobierno para todo tipo de defensa y promoción, y es posible participar en esta sin dirigirse a los responsables de las políticas. La ICM alienta y apoya a los asociados que desean dirigir su defensa y promoción a los niveles más altos, presionando y abogando por cambios de política relacionados con la atención de la salud materna, neonatal y reproductiva a nivel nacional e internacional.

9. Los mensajes

En función de los objetivos y la audiencia de sus actividades de defensa y promoción, el mensaje que decida compartir es una de las cosas más importantes a considerar. Ya sea que quiera informar, discutir, promover o abogar, los mensajes clave son a los que usted quiere que su audiencia reaccione y que recuerden.

Estos deben ser claros y concisos para que cualquier miembro del público los encuentre fáciles de entender y recordar. Un mensaje clave puede ser autónomo, pero puede reforzarse con mensajes de apoyo que aporten más pruebas para fortalecer el punto central.

La presentación de sus mensajes está determinada por su evento, por ejemplo: en una campaña de redes sociales, su mensaje puede ser un eslogan o hashtag que puede ser copiado por cualquier otra persona y compartido en sus medios de comunicación o en un evento social; puede ser el tema de un breve video de introducción que los asistentes vean.

Para asegurar la coherencia y aumentar el poder de sus mensajes, estos deben ser utilizados en todos los materiales de su actividad, como comunicados de prensa, declaraciones, discursos, hojas de datos y otros documentos y materiales de visibilidad como pancartas, camisetas, gorras, etc.

A continuación encontrará un ejemplo de mensaje del Día Internacional de la Matrona 2019:

El mensaje principal: [LAS MATRONAS Y MATRONES SON LOS DEFENSORES DE LOS DERECHOS DE LA MUJER](#)

Mensajes de apoyo:

- Las matronas y matrones defienden y protegen los derechos de las mujeres todos los días.
- Las matronas y matrones necesitan entornos seguros y propicios para trabajar.
- Las mujeres, las niñas, las matronas y matrones tienen derecho a vivir a salvo de cualquier daño, violencia, discriminación y abuso.
- Las mujeres y las niñas tienen derecho a acceder a los servicios de salud sexual y reproductiva en cualquier parte del mundo.
- Las mujeres tienen la libertad y el poder de elegir lo que pase con sus cuerpos.
- Toda mujer tiene derecho a estar libre de cualquier forma de discriminación.
- Toda mujer tiene derecho a una información sanitaria actualizada.
- Las mujeres tienen derecho a tomar decisiones sobre su atención durante el parto.
- Las matronas y matrones tienen el derecho de brindar atención en todo su ámbito de práctica.
- Las mujeres tienen derecho a tener acceso a matronas y matrones que hayan recibido educación y sean competentes.
- Toda mujer tiene derecho a elegir el lugar en donde quiera dar a luz.

Tenga en cuenta que si añade hechos y cifras relevantes a nivel local, aumentará el poder de sus mensajes.



10. Uso de las redes sociales

Cuando se utilizan eficazmente, los diferentes canales de redes sociales pueden ayudar a llegar a más personas y a difundir la información sobre sus actividades y mensajes de defensa y promoción. Facebook, Instagram y Twitter pueden utilizarse de muchas maneras para captar la atención de su público y aumentar la visibilidad de sus eventos. A continuación se presentan algunos ejemplos de cómo se pueden usar estos canales. Recuerde que también puede consultar las secciones de publicaciones sugeridas en las redes sociales para obtener ideas prácticas y ejemplos sobre cómo comunicarse respecto a temas comunes para las matronas y matrones.

- Los medios visuales siempre llaman la atención y se destacan mucho más. La ICM difunde regularmente imágenes y carteles tipo póster que pueden imprimirse y compartirse en las redes sociales. Póngase en contacto a través del siguiente correo electrónico: communications@internationalmidwives.org, si desea solicitar alguna de estas imágenes. De igual forma, regístrese en el boletín de la ICM, y recibirá mensualmente imágenes relacionadas con fechas venideras de defensa y promoción, del mes que sigue.
- Para buscar más ideas sobre qué publicar en sus redes sociales, consulte la sección de mensajes clave y las páginas de publicaciones en redes sociales sugeridas de este kit de herramientas.

Facebook

Esta plataforma de redes sociales es ideal para informar a las partes interesadas sobre asuntos clave de partería de una manera más personal. Es interactiva en el sentido de que puede publicar información e invitar a la discusión, mientras crea directrices para otros sobre cómo pueden apoyarlo a usted y a su causa. Puede interactuar con sus “amigos” –las personas que han seleccionado sus publicaciones para que aparezcan en su flujo de contenido (feed), publicándolas en su página.

La mayoría de las personas utilizan Facebook para conectarse exclusivamente con personas que ya conocen.

USE FACEBOOK PARA:

- Cambiar la foto de su perfil y la foto de la portada por fotos sobre partería
- Crear una página para su causa
- Publicar sus mensajes clave
- Compartir imágenes
- Crear un evento
- Invitar a sus amigos y/o seguidores a asistir a este evento
- Subir las fotos de su evento
- Entablar relaciones con sus seguidores haciendo preguntas

Twitter

Esta herramienta de red social llama la atención de diversas audiencias. Es el sitio para periodistas y encargados de formular políticas en el que se discuten asuntos de actualidad, a diferencia de Facebook e Instagram.

Es un gran sitio para conectar con el público en general y crear conciencia. Los hashtags son vitales para asegurar que la gente adecuada siga su conversación. Mucha gente usará hashtags (palabras o frases que empiezan por el signo #) para unirse a una conversación en línea con otras personas que hablan de lo mismo. Se recomienda usar #Midwives para asegurarse de que sus mensajes y tuits sean vistos por aquellos que se dedican a este tema diariamente.

USE TWITTER PARA:

- Publicar sus mensajes clave usando el hashtag #Midwives
- Compartir imágenes
- Cambiar la foto de su perfil y la foto del encabezamiento por fotos sobre partería
- Anunciar un evento
- Compartir actualizaciones en vivo y fotos de su evento, actividad y/o causa
- Enviar enlaces a artículos y cobertura sobre partería
- Ver, retuitear, comentar y dar 'me gusta' a lo que otros están diciendo acerca de #Midwives
- Retuitear los tuits de la ICM de la cuenta [@world_midwives](#)

Instagram

Instagram es una plataforma con un enfoque en imágenes visuales. Se centra más en las imágenes personales y contenido inspirador, en lugar de información profesional. Comparta fotos de alta calidad y videos cortos con un toque inspirador o educativo. Asegúrese de añadir una variedad de hashtags que son relevantes para su grupo objetivo. La gente usará hashtags populares para buscar contenido, así que si los usa, hay una mayor posibilidad de que la gente encuentre sus mensajes. Utilice tanto palabras específicas como etiquetas más generales para hacer que su contenido esté disponible para un público más amplio.

Los 'seguidores' son las personas que han seleccionado sus publicaciones para aparecer en su flujo de contenido. Normalmente serán personas que conoce o personas interesadas en los mismos temas que usted.

USE INSTAGRAM PARA:

- Promover eventos con antelación, usando fotos atractivas
- Compartir algunas fotos y videos de alta calidad de su evento o actividad
- Solicitar a sus seguidores que participen en sus publicaciones, por ejemplo, haciendo preguntas pertinentes sobre asuntos referentes a la partería
- Publicar sus mensajes clave usando las etiquetas #Midwives, #GenderEquality, etc.
- Compartir mensajes de partería e imágenes
- Cambiar la foto de su perfil por fotos sobre partería

Publicaciones en blogs

Las publicaciones en blogs son artículos cortos o editoriales que puede escribir y publicar en línea. Son particularmente efectivos para contar una historia más personal, ya que se parecen más a una historia que a un informe. Puede escribirlo desde su propia perspectiva con pronombres personales como 'yo' o 'nosotros', o puede usar una perspectiva más general con un enfoque en su Asociación de Partería. Si tiene un blog o un artículo que quiera compartir, siempre puede enviarlo a la ICM para publicarlo y compartirlo en nuestras plataformas.

Envíe textos cortos (máximo de 500 palabras) con fotos de alta calidad al correo electrónico communications@internationalmidwives.org



11. Monitoreo y evaluación

Aunque comprenda la defensa y promoción y sus mensajes clave, así como su elección de actividades respecto a este tema, es importante medir su éxito con regularidad. Esto puede ayudarle a reevaluar sus objetivos y estrategias para servir mejor a las personas por las que está abogando y comunicarse mejor con su público.

Llevar un registro de los resultados de su labor de defensa y promoción también proporcionará datos útiles para atraer a financiadores y fomentar un mayor apoyo a su causa.

A continuación encontrará una lista de herramientas de medición que ofrecen formas eficaces de evaluar los resultados de su defensa y promoción:

Planear su defensa y promoción: para tener éxito, el equipo de trabajo debe comprender claramente las responsabilidades individuales, los plazos para llevar a cabo acciones específicas y las medidas de éxito.

¿Cómo es el éxito?: Si todo el mundo sabe cómo son los marcadores de éxito (también conocidos como indicadores clave de rendimiento), sabrá si sus acciones están acercándolo al logro de sus objetivos.

Compartir los resultados: registrar avances. Mida los datos cuando estén disponibles. Comparta la información con su equipo.

Hacer seguimiento de los avances: asegúrese de que en cualquier momento pueda acceder a la información pertinente sobre su defensa y promoción, y analice sus avances.

Presentar informes: es importante que las personas que han invertido dinero, tiempo o recursos en su causa reciban actualizaciones periódicas, esto con el fin de que sigan comprometidos e inspirados.



12. Ver un panorama más amplio

Puede encontrar una gran variedad de recursos útiles en el sitio web de la ICM www.internationalmidwives.org. Hemos incluido varios informes y declaraciones de posición de la ICM respecto a múltiples asuntos en partería. A continuación también puede encontrar recursos a medida que va definiendo su defensa y promoción:

[Reporte sobre el Estado de la Partería en el Mundo 2014 \(SoWMy\)](#)

[La serie Lancet en Partería](#)

[El Banco Mundial: Datos de la salud](#)

Se pueden obtener más información con el Ministerio de Salud de su país.

En qué sitios buscar subvenciones para la defensa y promoción:

<https://formidwifery.org/apply-for-grants/>

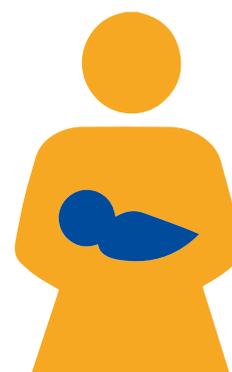
<https://www.rcm.org.uk/promoting/learning-careers/bursaries-scholarships-grants/>

<http://www.midwife.org/Scholarships-Fellowships-Awards-Grants>

El kit de herramientas en partería le ayudara a mejorar sus mensajes en redes sociales: <https://www.internationalmidwives.org/assets/files/advocacy-files/2019/07/icm-advocacy-toolkit---july-2019.pdf>

Voces de matronas, realidades de las matronas: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/250376/9789241510547-eng.pdf;jsessionid=933B32E9B3793BCDFAA60F7CBB40F9B8?sequence=1>

Módulos de educación en partería de la OMS: https://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/9241546662/en/



CONECTARSE

ASOCIACIONES

Puede encontrar la información de su asociación nacional en el sitio web de la ICM:
www.internationalmidwives.org.

Si está planeando alguna actividad relacionada con la defensa y promoción, debe involucrarse con su asociación y Miembros de la Junta Regional para que le den más apoyo.

MIEMBROS DE LA JUNTA REGIONAL

En el sitio web de la ICM se puede encontrar información de los actuales Miembros de la Junta Regional, así como sus datos de contacto. Los Miembros de la Junta están ahí para servirle a usted y a su región, así que solicite apoyo si lo necesita.

EL EQUIPO DE LA ICM

La ICM siempre estará en disposición de escuchar sobre los esfuerzos en cuanto a defensa y promoción, por parte de matronas y matrones y las asociaciones; además, siempre ayudaremos en cualquier forma que podamos.

Póngase en contacto a través del correo electrónico communications@internationalmidwives.org.

Créditos de imagen:
Portada: Juliana Wiklund
Contraportada: Bonnie Kittle en Unsplash



International
Confederation
of Midwives

Strengthening Midwifery Globally

Confederación Internacional de
Matronas
Koninginnegracht 60, 2514 AE
Países Bajos

Teléfono: +31 (0) 70 3060520

