



Ciente: Iniciativa IDEA

Tema: Derecho de las personas gestantes a decidir sobre su propio cuerpo

Brief: Desestigmatizar la interrupción voluntaria del embarazo

Introducción:

¿Qué es Iniciativa IDEA?

Es el laboratorio de innovación social para la salud y los derechos reproductivos en América Latina de **Planned Parenthood Global**.

Su propósito es impulsar un nuevo ecosistema formado por los sectores de la publicidad, la tecnología, los medios digitales y el emprendimiento de impacto social que exploran la creatividad, la innovación y el talento para generar soluciones a los grandes desafíos para la salud y derechos reproductivos en América Latina.

¿Qué es Publicitarias?

Nacida en 2017, Publicitarias es la primera comunidad de América Latina, de estudiantes y profesionales de la publicidad que busca promover la diversidad y la perspectiva de género en la industria de la comunicación.

En el marco de impulsar los derechos sexuales y reproductivos en América Latina, Iniciativa IDEA y Publicitarias se unen para elevar proyectos creativos que promuevan la comunicación con perspectiva de género.

Contexto:

La falta de acceso al aborto legal y seguro en América Latina provoca enormes consecuencias negativas para la vida, la salud, la libertad y otros derechos de las mujeres y personas con capacidad de gestar. Incluso en aquellos países en los que el aborto es legal en alguna circunstancia, el aborto se encuentra restringido en la práctica, debido sobre todo a los prejuicios, el desconocimiento y los patrones socioculturales negativos que existen en buena parte de la sociedad.

Si bien en casi todos los países de la región el aborto es legal, por diferentes circunstancias o causales, hay pocos mecanismos para la implementación de estas leyes. Además, en la región existen casos como los de Nicaragua, El Salvador, Honduras y República Dominicana donde los marcos son más restrictivos aún.

Distintos consensos internacionales, por ejemplo, la Organización Mundial de la Salud, establecen que los gobiernos deben ofrecer servicios seguros de aborto en todas las circunstancias permitidas por la ley.

Además, el aborto es una realidad cotidiana. Es una decisión que cualquier persona, sin importar su origen, circunstancia, profesión, o situación económica puede tomar en algún momento de su vida. Las cifras lo muestran: alrededor de 6,5 millones de abortos ocurren cada año en la región.

Sin embargo, las brechas entre lo que dicen los marcos normativos y la realidad siguen siendo inmensas.

Lamentablemente, factores como normativas locales conservadoras, el estigma social, objeciones de conciencia, barreras de acceso y prestación de los servicios de salud reproductiva hacen que, de acuerdo a un estudio realizado en 2017 por el Instituto Guttmacher, el 75% de los abortos que se practican en América Latina no cumplan con las condiciones adecuadas de seguridad, y la cifra asciende a 80% si hablamos de Centroamérica.

Y estas cifras no son sólo cifras. Los obstáculos para acceder al aborto en condiciones dignas y seguras, le cuesta literalmente la vida a las mujeres y a las personas con capacidad de gestar. Aunque la interrupción del embarazo es un proceso médicamente sencillo y seguro, las restricciones legales crean un ambiente donde las personas tienen que arriesgarse en las sombras para cuidar su propia salud.

Anualmente 760.000 mujeres son tratadas en América Latina por complicaciones derivadas de la necesidad de recurrir a un aborto sin las condiciones dignas ni el acompañamiento necesario. Esto es reflejo de la inequidad en el acceso y de la penalización social y legal a la autodeterminación de las personas y el derecho a decidir sobre su propio cuerpo.

La publicidad tiene la capacidad de modificar ideas, hábitos y valores en la población, pero para eso es importante que lxs publicistas se impliquen e impulsen otra visión que permita cambiar las percepciones negativas sobre el tema. El objetivo es **desestigmatizar socialmente la interrupción voluntaria del embarazo en América Latina**.

Desafío:

Proponer ideas, campañas, piezas y/o acciones con el foco de **desestigmatizar el aborto** y educar sobre este derecho a la Generación X a través de la Generación Z. Es decir, que las generaciones más jóvenes ayuden a otras a adoptar una nueva percepción y normalizar la conversación sobre el tema.

Se valorará especialmente la creatividad que utiliza nuevas tecnologías que otorguen un valor añadido para captar la atención y promover el cambio de mentalidad en la audiencia. Exploren distintas tecnologías (realidad aumentada, RV, bots y otros) para llamar la atención de la campaña, que no se queden solo con el formato video o gráfico.

A quién le estamos hablando:

- **Generación Z** como conductores o influenciadores para que los GenX/Boomers tengan un cambio de conducta. (Ver Referencias)

Consideraciones:

- Buscamos ideas disruptivas de innovación social. Pero deben tener un enfoque de Género y Derechos Humanos, es decir, tu idea no debe ser sensacionalista, ni debe usar tácticas impactantes, amarillistas o violentas/ re victimizantes para buscar impactar.

Referencias:

The Great Schlep (Droga5)

Para asegurarse una victoria presidencial en 2008, Barack Obama necesitaba ganar los estados indecisos clave que habían costado a los demócratas las elecciones de 2000 y 2004. Entre los retos de la campaña, la resonancia en Florida se vio obstaculizada por las falsas percepciones que los votantes judíos de edad avanzada tenían sobre Obama y su campaña.

<https://vimeo.com/1808434>

<https://droga5.com/work/the-great-schlep/>

#DetectemosLoDemás (Agencia Hermana)

La Fundación Directorio Legislativo participó de la marcha del 8M con esta campaña para concientizar sobre el cáncer de mama, ya que esta enfermedad es la principal causa de muerte oncológica de las mujeres.

<https://www.instagram.com/p/CGiCkykFOao/>

Tu presentación:

Presentación con tu idea en una pieza soporte en cualquiera de los siguientes formatos: video caso, board o gráfica.

IMPORTANTE: No olvides que Iniciativa IDEA y Publicitarias deben incluirse como firma en las piezas.

Budget producción:

Las ideas y propuestas deben contemplar la posibilidad de que hipotéticamente puedan producirse como máximo con: USD 10.000.-

Tip Publicitarias:

- Utiliza distintas plataformas para comunicar tu campaña: TikTok, Twitch, Discord, Instagram, etc.
- Investiga en fuentes confiables

Ejemplo:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-09/Global-views-on-abortion-report-2021.pdf>

<https://reproductiverights.org/es/>

<https://www.guttmacher.org>

- Recuerda que la empatía no llega solo con el pensamiento. Acércate, investiga y obtén información de primera mano para empaparte mucho más del contexto.

Fuente: Instituto Guttmacher: <https://www.guttmacher.org> / <https://www.guttmacher.org/geography/latin-america-caribbean>