



INFORME DE EVALUACIÓN INTERNO



RESUMEN EJECUTIVO

Luego de una exitosa primera versión, el rendimiento del proyecto Youth Voices for Change (YVFC) en su segunda versión fue considerablemente satisfactorio en sus ocho meses de implementación, dividido en dos gestiones, en un contexto de reactivación de actividades presenciales y con una coordinación a distancia con países de Asia y América Latina. YVFC implementó un acompañamiento relevante alineado con los indicadores/objetivos de Voices for Change de Down to Zero y con las necesidades de los países socios respecto a la capacitación y movilización de los jóvenes.

1. ANTECEDENTES

La Alianza Down to Zero (DtZ) es una asociación del Ministerio de Asuntos Exteriores holandés (MoFA), dirigida por ICCO (miembro de Cordaid), Terre des Hommes, con Defense for Children - ECPAT, Free a Girl, y Plan International Netherlands. El objetivo de la alianza es dar fin a la explotación sexual de niños y adolescentes (ESNNA) en 10 países, trabajando con cuatro partes interesadas: Niñas, Niños y Adolescentes; Comunidades; Gobierno y Sector Privado.

Youth Voices for Change es una iniciativa de la Alianza Down to Zero que busca prevenir la Explotación Sexual de niños, niñas y adolescentes (ESNNA) amplificando las voces de jóvenes líderes en América Latina y Asia. A través de un proceso de reflexión, capacitación, empoderamiento y creación de proyectos de comunicación, los jóvenes líderes comparten su mensaje y poder de incidencia en las redes sociales, posicionándose como agentes centrales de cambio en la prevención de la ESNNA.

1.1. INTRODUCCIÓN

Youth Voices for Change tuvo presencia en nueve países: Bolivia, Colombia, Indonesia, Nicaragua, Bangladesh, Tailandia, Colombia, India y República Dominicana. El proyecto se dirige a los jóvenes líderes que forman parte de la Alianza y a los jóvenes en general de entre 15 y 25 años. Las acciones estratégicas son: fortalecer las capacidades de los jóvenes líderes tanto técnicas en cuatro formatos de comunicación, campañas en redes sociales, fotografía, blog y video; como en sus procesos de empoderamiento, movilización juvenil e incidencia en medios digitales para la prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.

A lo largo de la implementación del proyecto, primera y segunda versión, se realizaron una serie de ajustes y modificaciones para lograr su objetivo, adaptándose principalmente a las necesidades, contextos y circunstancias de cada uno de los países, aplicando las lecciones aprendidas en la primera evaluación.

2. PRINCIPALES LOGROS

En dos años de implementación, Youth Voices for Change contó con la participación de 9 comités de jóvenes líderes, vinculados a los grupos juveniles de instituciones socias pertenecientes a BBB (ICCO Conexión, Tierra de hombres, Ecpat internacional, Free a girl, Plan internacional, Fundación Munasim Kullakita Bolivia, Fundación Renacer Colombia, CHS Alternativo Perú, Asociación Tesis Nicaragua, Ecpat Indonesia, Sanlaap India y a Equations India).

Se conformaron comités en los siguientes países: Bolivia, Colombia, Nicaragua, Indonesia, India (2), Tailandia, Bangladesh y República Dominicana.

Durante la primera versión, 67 jóvenes solicitaron participar en YVFC (18 en América Latina y 45 en Asia), 42 solicitudes fueron aceptadas y el proyecto concluyó con 25 participantes (60% del número inicial). En el caso de la segunda versión, 143 jóvenes solicitaron participar en YVFC (77 en América Latina y 66 en Asia), 85 solicitudes fueron aceptadas y el proyecto concluyó con 75 participantes (88% del número inicial).

La situación en Latinoamérica fue diferente en cada país implementador, siendo la primera versión de los comités de Bolivia y Nicaragua (presencial), y la segunda versión de Colombia, manteniendo el número de jóvenes de la versión pasada y, a la mitad de la implementación, potenciando sus capacidades como líderes al pedirles que formen equipos con 2 personas más de su grupo juvenil. Los principales motivos de deserción de los jóvenes fueron: falta de tiempo, problemas familiares, problemas de conectividad y crisis de salud (COVID19).

- País Participantes Latinoamérica (Bolivia, Colombia, Nicaragua, República Dominicana)
- Número de comités (5)
- Número total de jóvenes líderes participantes Latinoamérica (36)
- Número de jóvenes líderes en cada país (Bolivia - 10, Colombia - 9, República Dominicana - 5, Nicaragua - 12)
- Número de proyectos de comunicación LATAM (2da versión) (Blog: 1, Video: 13, Campañas en redes sociales: 11)
- Número de talleres +150
- Alcance en redes sociales:
 - La página de Facebook de todo el proyecto tiene:
 - Alcance: 78360
 - Visitas al perfil: 872
 - Nuevos Me Gusta (Trimestrales): 224
 - Me gusta totales: 3123
 - La página de Instagram Latinoamérica tiene:
 - Alcance: 5732
 - Visitas al perfil: 179
 - Nuevos Seguidores (Trimestrales): 40
 - Seguidores totales: 290

- **La página de Instagram Indonesia tiene:**
Alcance: 9759
Visitas al perfil: 318
Nuevos Seguidores (Trimestrales): 35
Seguidores totales: 118
- **La página de Instagram India tiene:**
Alcance: 113
Visitas al perfil: 21
Seguidores totales: 55

Como ejercicio final de aplicación de conocimientos, los jóvenes líderes participaron del 1er Encuentro Juvenil Latinoamericano - Youth Voices for Change, donde cada comité presentó una propuesta de trabajo multiactoral con alcance regional para la prevención de la ESNNA a personas pertenecientes a instituciones relevantes en el trabajo. Para la creación de éstas propuestas, se facilitó el 1er Conversatorio para jóvenes líderes - Youth Voices for Change, junto a activistas digitales quienes compartieron con los jóvenes herramientas útiles para el activismo. Se complementó este conversatorio con talleres de creación de propuestas, con cada comité identificando problemáticas que les gustaría resolver con propuestas innovadoras y eligiendo representantes.

2.1. METODOLOGÍA DE TALLERES LATINOAMÉRICA

Durante la primera experiencia, a partir de las respuestas a los formularios y las entrevistas de diagnóstico, se desarrollaron talleres divididos en dos categorías: técnica e incidencia - derechos humanos, con el objetivo de promover una mirada crítica en el abordaje de los temas relacionados con la ESNNA en los proyectos de comunicación de los jóvenes y sus proyecciones como agentes de cambio. Se implementaron los talleres técnicos (fotografía, video, redes sociales y escritura creativa) y luego los talleres de incidencia y derechos humanos.

En la segunda versión, se decidió transformar la metodología de talleres dividiendo la información en dos ciclos de aprendizaje. El primero, enfocado en fortalecer los conocimientos de los jóvenes sobre género y Derechos Humanos, prevención de la ESNNA, y movilización juvenil; creando las propuestas de sus proyectos comunicacionales. El segundo ciclo, enfocado en fortalecer capacidades comunicacionales en fotografía, video, escritura creativa, redes sociales y herramientas digitales; elaborando los productos comunicacionales que permitan difundir su mensaje por redes sociales.

Como parte del proceso de capacitación a jóvenes líderes en Latinoamérica, se tuvo un total de 16 días, cada uno con dos talleres por cada país (Bolivia y Colombia), bajo el siguiente conteo:

- **Género y DDHH: 4 talleres**
- **Explotación Sexual de niñas, niños y adolescentes: 4 talleres**
- **Movilización juvenil: 8 talleres**
- **Fotografía y video: 8 talleres**
- **Escritura creativa y redes sociales: 8 talleres**

En el caso de Nicaragua, se realizó una versión resumida y presencial de YVFC, con 12 talleres.

2.2. JÓVENES LÍDERES

El proceso de selección de los jóvenes líderes en los diferentes países facilitó la identificación de un punto de partida de la situación de los candidatos, permitiendo reconocer las principales necesidades, intereses y aspiraciones de los jóvenes, esto en ambas versiones de YVFC.

Los comités crearon proyectos comunicacionales de prevención a la ESNNA, abordando temáticas relacionadas como ser el grooming, educación sexual, embarazos adolescentes, discriminación, migración, etc.

Los jóvenes líderes crean estos proyectos a partir de la identificación de una problemática que sienten cercana y les preocupa. Luego, definen sus mensajes de impacto y los públicos adecuados, entre los que se encuentran padres de familia, pares y profesores, para generar cambios. Finalmente, crean productos que sustenten los proyectos que planifican, tomando en cuenta las características de sus públicos. Los proyectos pueden ser campañas digitales, blogs, fotorreportajes o videos.

En el caso de los comités Bolivia y Nicaragua, los jóvenes recibían capacitaciones sobre productos comunicacionales que respondan a campañas individuales sobre problemáticas de su interés, puesto que se trataba de su primera experiencia en YVFC.

El comité de Colombia, por otro lado, se encontraba en una segunda experiencia, por lo que se escaló el alcance de sus capacitaciones a realizar productos comunicacionales que respondan a una campaña a nivel país, acordando una temática y los productos que elaborarán para sustentar.

Se consideró oportuno que los 3 jóvenes líderes que permanecieron en el proyecto armen equipos con jóvenes líderes pertenecientes a la Red EICYAC y puedan realizar réplicas de todo lo aprendido para crear productos comunicacionales de alto impacto. Teniendo 3 equipos conformados por 3 personas.

La participación activa en los talleres no sólo fortaleció las habilidades de los jóvenes en fotografía, video, redes sociales, escritura creativa, género, prevención de la ESNNA y movilización juvenil, sino que también permitió la creación de espacios seguros de reflexión que tienen un impacto directo en el desarrollo de los productos comunicacionales de los participantes.

Los jóvenes llevaron sus mensajes a públicos objetivos a través de la difusión en redes sociales, siendo que en el último año, se tiene un alcance de 78360 en Facebook, mientras que las cuentas de Instagram presentan métricas de 5732 (YVFC Latinoamérica), 9759 (YVFC Indonesia), 113 (YVFC India).

Además, como acciones estratégicas junto a los grupos de jóvenes líderes se realizaron campañas y cápsulas de promoción de Derechos Humanos en fechas conmemorativas: Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, #EscribeTuHistoria (11 de febrero), Día Internacional de la Mujer, #8M (8 de marzo); Día del niño y niña en Bolivia, #ConoceTusDerechos (12 de abril); y la campaña promocional del 1er Encuentro Juvenil Latinoamericano, #HablemosDeESNNA (7 de mayo).

Participaron de un Conversatorio para jóvenes líderes, en el que intercambiaron experiencias con activistas, esta acción fue clave para que ellos puedan conocer ejemplos reales de cómo se puede manejar esta clase de problemáticas incluyendo el estilo de vida que lleva un/una activista, sus desafíos y logros.

Otra acción clave fueron el 1er Encuentro Juvenil Latinoamérica y el 1er Encuentro Juvenil Asia donde se abrieron espacios de diálogo y se ejerció una actividad de incidencia real, en el cual fueron los principales actores de este evento. Para futuras propuestas de YVFC es imprescindible contar con estos espacios de trabajo porque es un resultado final de todo su proceso de aprendizaje, además que les permite hacer el ejercicio de networking a partir del intercambio de conocimientos de los diferentes países.

2.3. VOLUNTARIOS

En la primera versión, se decidió trabajar con grupos de voluntarios para que los talleres fueran más eficaces y respondieran a las necesidades de cada país, formando cuatro equipos, uno para América Latina, otro para Indonesia, otro para Tailandia y otro para India. Los voluntarios tenían entre 24 y 32 años. La hermenéutica del trabajo consistió en la coordinación constante con el equipo de YVFC, la construcción de propuestas de talleres con una duración de un mes promoviendo el "aprender haciendo" y la evaluación y seguimiento de los proyectos de comunicación.

En la segunda versión Latinoamérica, se formó un equipo de 6 voluntarios a nivel región (Bolivia y Colombia), mientras en Nicaragua se trabajó con un solo voluntario que impartía los talleres técnicos y de movilización juvenil, mismo que participó de la primera versión de YVFC.

Se contó con la participación de voluntarios expertos en las temáticas de movilización juvenil, género y prevención de la ESNNA. En el caso de los talleres técnicos, se tuvo a dos voluntarios quienes impartieron los talleres de manera conjunta, adaptándose a las necesidades y requerimientos de los jóvenes líderes en la creación de sus proyectos comunicacionales.

Una de las acciones estratégicas, implementada en ambas versiones y potenciada en la segunda, fue el seguimiento personalizado a cada uno de los jóvenes líderes al finalizar cada ciclo de talleres. Fortaleciendo sus propuestas y productos comunicacionales, respondiendo al documento "Mi proyecto comunicacional" elaborado durante el primer ciclo de talleres.

En Bolivia, se finalizó con 10 campañas comunicacionales individuales a ser difundidas por el comité. Mientras que, en Colombia, se interrumpieron los talleres globales para enfocarse en sesiones por equipos, logrando 1 campaña comunicacional a nivel país, con 3 sub campañas lideradas por jóvenes de la primera versión de YVFC.

2.4. COORDINACIÓN E INTERVENCIÓN DE LOS SOCIOS

Como lección aprendida de la primera versión, previa a la elaboración de los talleres, se tuvieron reuniones con los socios implementadores y los voluntarios para identificar temáticas de interés mutuo que fortalezcan, no solo las capacidades individuales, sino también el potencial de incidencia de los grupos juveniles a los que pertenecían los jóvenes líderes.

Además, para asegurar la protección de los jóvenes líderes y el correcto abordaje del tema, los socios impartieron formación a los voluntarios sobre salvaguarda y prevención de la ESNNA. Asimismo, en coordinación con la responsable de Salvaguarda de TdH, se organizaron talleres para los socios de Asia y América Latina sobre la identificación de los riesgos de la participación de los jóvenes líderes en los medios digitales y las estrategias de mitigación, lo que permitió identificar la necesidad de actualizar los protocolos de Salvaguarda en los países, teniendo en cuenta las redes sociales como un nuevo espacio de interacción e incidencia de los jóvenes.

3. LECCIONES APRENDIDAS

3.1. JÓVENES LÍDERES

- Trabajar desde una perspectiva horizontal y dialógica, contar con el apoyo de los jóvenes voluntarios y mantener una comunicación constante, permitió a los jóvenes líderes reconocer a YVFC como un espacio seguro de reflexión, intercambio de ideas, aprendizaje y co-construcción.
- Ganaron confianza y son capaces de articular los temas que les preocupan con mayor precisión. Al mismo tiempo, han aumentado sus conocimientos e información sobre los temas de prevención de la ESCI, la ESCI en línea, el trabajo infantil, la violencia de género, la educación de los niños y, sobre todo, el bienestar infantil.
- Aprendieron a comunicar eficazmente su mensaje y desarrollaron sus propios contenidos clave para la prevención de la explotación sexual de niños y adolescentes. También utilizaron las redes sociales para compartir sus mensajes sobre temas sociales de forma creativa, a través de la fotografía, el vídeo, el streaming y la escritura creativa.
- El proceso de capacitación fue exitoso porque fortalece las habilidades de comunicación e incidencia de los jóvenes, promoviendo su creatividad, reconociendo su mensaje clave, su público objetivo, el canal y el formato de su preferencia. También les permitió trabajar con nuevas herramientas, creando contenidos multimedia desde un enfoque social por los derechos de los niños, niñas y adolescentes y la prevención de la ESNNA.
- Los talleres sobre derechos humanos y prevención de la ESNNA fueron fundamentales para promover la reflexión sobre las diferentes realidades vividas por los jóvenes líderes en relación a los temas de género, movilización juvenil y prevención de la ESNNA, reconociéndose como agentes de cambio con un objetivo claro y una visión más empática de cómo los temas afectan sus entornos.
- Crear espacios de diálogo donde los jóvenes sean los protagonistas, como ser el 1er Encuentro Juvenil, repercute favorablemente en el ejercicio de incidencia, pues aplican todos los conocimientos aprendidos, además, crean redes de contactos y potencian el alcance de sus voces.
- La edad de participación de los jóvenes líderes influye en su grado de involucramiento en YVFC. Aquellos jóvenes que se encontraban trabajando o en la universidad, tenían menos disponibilidad de tiempo para la capacitación y creación de sus proyectos comunicacionales.
- El regreso a la presencialidad en colegios, universidades y trabajos, dificulta la coordinación y participación de los jóvenes líderes en las actividades.
- Si bien los jóvenes contaron con el apoyo de los socios para acceder a los paquetes de Internet, la mala conectividad y otros factores dificultaron la participación en la formación y sus procesos de aprendizaje.

3.2. VOLUNTARIOS

- Los talleres fueron espacios de reflexión, investigación y debate que permitieron a los jóvenes analizar desde lo interno a lo externo, con mensajes claros y lenguaje sencillo que fortalecieron su confianza como agentes de cambio.
- Darles a los jóvenes el espacio para innovar y darles herramientas para establecer sus voces fue una oportunidad para que no sólo hablan de prevención, sino que abrieran espacios de reflexión con otros jóvenes con nuevos formatos, mensajes claros y coherentes, desde una visión más juvenil.
- Se dejó de lado el discurso adulto e institucional, permitiéndoles una construcción horizontal para ellos, apropiándose de espacios de interacción juvenil, como las redes sociales, para trabajar los temas de su interés.
- La participación activa de los jóvenes en los talleres permitió no sólo generar productos más complejos e integrales, sino también fortalecer su formación de manera recíproca, permitiendo que los jóvenes propusieran interesantes reflexiones y desafíos, extrapolando sus conocimientos a otros aspectos de su vida fuera del proyecto.

3.3. METODOLOGÍA DE TALLERES

- Se ha evidenciado una disminución del entusiasmo de los jóvenes a medida que avanza el proceso de los talleres. Esto se puede ver en el reducido número de asistencia en comparación con el inicio del programa.
- Los talleres tienen que replantearse considerando la carga horaria de los jóvenes líderes ahora que la virtualidad ya no es una prioridad.
- Considerar abrir la oportunidad de talleres presenciales, donde los jóvenes puedan encontrarse, conversar y abordar las temáticas junto a los voluntarios y socios.

3.4. COORDINACIÓN E INTERVENCIÓN DE LOS SOCIOS

- Es fundamental que los socios se involucren en el proceso de reflexión y motivación de los jóvenes líderes, promoviendo su participación en los talleres y eventos.
- Mejor proyección del liderazgo juvenil, más creación y difusión de los contenidos que hacen, mejor coordinación en la alianza para mayor impacto de las cosas que hacen.

4. RECOMENDACIONES

- YVFC es el primer proyecto de la alianza que se centra principalmente en la participación de los jóvenes utilizando las redes sociales como espacio de incidencia política con un alcance bicontinental. Esto abre la oportunidad de generar nuevas estrategias de incidencia política escalable por parte de los jóvenes del proyecto.
- Contar con una persona encargada exclusivamente de YVFC en el equipo de cada socio facilita una coordinación y seguimiento más eficientes, no sólo en la ejecución de las actividades, sino también en la administración del presupuesto y la gestión de alianzas estratégicas para abrir más oportunidades para el proyecto.
- Es fundamental garantizar las herramientas básicas para asegurar la conectividad y la producción de materiales para los jóvenes líderes (conexión a Internet, dispositivos actualizados, acceso a la electricidad, etc.).
- Tener actividades de reunión de todos los comités Youth Voices for Change, virtuales o presenciales, fortalece la cohesión y grado de pertenencia, potenciando la labor de los grupos juveniles en medios digitales para la prevención de la ESNNA.
- Incidencia escalable que permita a los líderes juveniles generar acciones de manera independiente y colectiva para generar nuevas oportunidades y un mayor impacto en sus entornos, siempre considerando los protocolos de salvaguarda y el acompañamiento de los socios.

5. CONCLUSIONES Y FUTURAS ACCIONES

- Al finalizar YVFC, los comités siguen existiendo, pues son jóvenes líderes que forman parte de grupos juveniles consolidados por los socios. Actualmente, se trata de jóvenes activistas mucho más comprometidos con las temáticas y con un principal énfasis en el activismo digital.
- Los jóvenes participantes reforzaron sus capacidades de incidencia y técnicas, contando con la oportunidad de replicar sus aprendizajes a los grupos a los que pertenecen y, en su gran mayoría, llevando los conocimientos a sus entornos próximos, como hogares, escuelas y barrios; posicionándose a sí mismos como agentes de cambio en la prevención de la ESNNA. Además, el trabajo de incidencia de los jóvenes líderes, a través de la creación de productos comunicacionales, perdura en el tiempo gracias a los medios digitales y su alcance global; son proyectos referentes de prevención de la ESNNA y de fácil acceso para quienes requieran información.

ANEXO



PROPUESTA DE LOS COMITÉS DE LA REGIÓN DE LATINOAMÉRICA

PROPUESTA DE LOS COMITÉS DE LA REGIÓN DE LATINOAMÉRICA

Durante los talleres de elaboración de propuestas de país, los 4 Comités Juveniles de Bolivia, Perú, Nicaragua y Colombia elaboraron propuestas pensando en problemáticas que se relacionan con la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes (ESNNA). De forma transversal y prioritaria los 4 Comités Juveniles encontraron que existe escasa información adaptada a niñas, niños, adolescentes y jóvenes acerca de la temática (sus causas, consecuencias, formas de prevención, etc).

Además, durante las jornadas de trabajo las y los participantes identificaron que la misión de los Comités Juveniles y del proyecto "Youth Voices" se centra en abordar temáticas varias para la prevención de violencias, con énfasis en la violencia o explotación sexual. El proyecto y los Comités tienen la misión de difundir información respecto a estas problemáticas y generar espacios de incidencia y reflexión en la sociedad.

Eso, sumado a las herramientas prácticas en el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las herramientas comunicativas en entornos virtuales que fueron transferidas a las y los adolescentes y jóvenes durante el proyecto se consolidaron en la elaboración de propuestas donde cada Comité, de diversas formas, pudiese elaborar contenidos transmedia que permitan comenzar a hablar acerca de la problemática y además que pueden ser difundidas masivamente por medios digitales.

Para las y los participantes de los talleres fue fundamental el comenzar a ver la globalidad de la ESNNA y todas las temáticas que se relacionan con esta. Las discusiones dentro de cada Comité se centraron principalmente en las causas de la ESNNA y la importancia de hablar y dar a conocer las consecuencias y las formas de prevenir esta problemática.

Entre las problemáticas relacionadas con la ESNNA se identificaron durante los talleres, al menos las siguientes:

- Escasa información acerca de ESNNA
- Baja autoestima
- Acoso callejero, violencia de género y violencia sexual
- Sociedades adultocentricas
- Falta de comunicación en las familias y desapego familiar
- Falta de diálogo abierto e integral respecto a la sexualidad
- Trata y tráfico de personas
- Embarazos no deseados
- Hipersexualización de la niñez
- Falta de abordaje integral de la problemática en las escuelas
- Sextorción, grooming, material de abuso sexual de niñas, niños y adolescentes y en general una alta exposición a riesgos y materiales abusivos en línea

Las propuestas que se plantearon para dar respuesta a la ESNNA y las problemáticas relacionadas son:

COMITÉ JUVENIL BOLIVIA:

Elaboración de una serie que aborde la problemática y en la cual cada capítulo aborda diferentes causas, consecuencias o posibles soluciones a la ESNNA.

COMITÉ JUVENIL PERÚ:

Realización de un cortometraje firmado de manera original que pueda ser difundido por redes sociales y sensibilice acerca de la ESNNA.

COMITÉ JUVENIL NICARAGUA:

Realización de una campaña virtual relacionada con el riesgo callejero donde se incluyan diferentes materiales transmedia que permitan hablar sobre la problemática.

COMITÉ JUVENIL COLOMBIA:

Realización de un "multiverso informativo" que les permita dialogar y brindar información acerca de la prevención de la ESNNA.

Englobando las propuestas de cada Comité Juvenil se propone juntar las diferentes propuestas de la siguiente manera:

Tomando en cuenta las ideas de los Comités y uniendo las propuestas realizadas, se propone la elaboración de un "Multiverso informativo" que tenga el objetivo de informar acerca de la ESNNA, sus causas, consecuencias y las problemáticas relacionadas con esta. Es decir, creación de una plataforma digital que pueda soportar distintos materiales transmedia donde puedan las personas, al acceder a esta, informarse acerca de diversas temáticas.

MULTIVERSO INFORMATIVO DE LA ESNNA

¿QUE ES LA ESNNA?

Definición
Prevalencia
ESNNA por región

FACTORES DE RIESGO

Falta de diálogo en las familias
Exposición no acompañada en RRSS
Abandono Familiar
Sexualidad vista como tabù

CUALES SON LAS CONSECUENCIAS

ITS
Lesiones
Muerte
Baja autoestima
Daño psicológico
Embarazos a temprana edad

CÓMO PODEMOS PREVENIRLA

Desde el hogar
Desde las escuelas
Desde la comunidad

CÓMO SE RELACIONA LA ESNNA CON:

Acoso callejero
Violencia sexual

La idea central de este multiverso sería agrupar diversos tipos de contenidos y, mediante un cronograma claro además de una estrategia de comunicación, pueda difundir información digital que llegue a informar, sensibilizar y concientizar a la población en las distintas temáticas que se abordarán.

SERIE

CORTOMETRAJE

VIDEOS

CAMPAÑA VIRTUAL

VIDEOS DE TIK TOK

POST INFORMATIVOS

**PÁGINA DE FACEBOOK.
INSTAGRAM O TIK TOK**

El objetivo central, además de informar, sensibilizar y concientizar a la población, sería la generación de espacios de diálogo e incidencia en los entornos cercanos a los miembros de los Comités Juveniles. Es decir que, cada Comité juvenil, en su país y dentro de sus regiones pueda, con este contenido elaborado y cargado on-line, generar acciones que se beneficien de este material creado.

A modo de ejemplo, se presentan las siguientes ideas:

- Diálogo con los directivos o profesores de las unidades educativas para que este material pueda ser difundido a las y los estudiantes. Idealmente, tras la difusión de estos materiales se podrían generar espacios de diálogo dentro de cada unidad educativa.
 - Talleres de socialización de esta información con madres y padres de familia, para abrir diálogo respecto a un abordaje integral de la prevención de la ESNNA.
 - Solicitud de audiencias con autoridades encargadas de trabajar sobre la prevención de la ESNNA para que puedan incluir en la agenda gubernamental acciones de respuesta inmediata a la problemática.
- Elaboración de pronunciamientos regionales respecto a la ESNNA y problemáticas adjuntas.