



Campaña “Human Empowerment”

26 de Junio a 16 de Diciembre 2019

Briefing

Contenido

1. Contexto – Dianova & los ODS

- Dianova & la igualdad de género
- Prevención de abuso de sustancias & campañas de promoción de la salud

2. ODS impactados

- ODS 5: lograr la igualdad de género & empoderar a todas las mujeres y niñas
- ODS 3: asegurar vidas sanas & promover el bienestar para todos en todas las edades
- ODS 10: reducir la desigualdad dentro y entre los países

3. Las mujeres & la adicción – la situación

- Mujeres, adicciones & recuperación
- Violencia de pareja & adicción
- Impacto de las políticas represivas, estigma
- La PDG en los programas y servicios de drogas y adicciones
- Llamada a la Acción de programas específicos para mujeres con SUD

4. Objetivos de la campaña & concepto

- Concepto de “empoderamiento humano”
- Objetivos generales
- Las tres fases de la campaña

5. Específicos de la campaña

- Públicos objetivos
- Concepto creativo
- Implementación
- Materiales & recursos
- Evaluación – indicadores globales



1 CONTEXTO – DIANOVA & LOS ODS

Dianova International es una ONG que se dedica a dar soporte a una red de 26 organizaciones que operan en 20 países y 4 continentes para ayudar a las poblaciones más vulnerables, contribuyendo así a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Y, como parte de su trabajo para abogar por el progreso social dentro de organizaciones y foros internacionales, la organización paraguas de la red, Dianova International, también contribuye a los ODS.

En el marco de la agenda 2030 de las Naciones Unidas, los objetivos de desarrollo sostenible son el plan para lograr un futuro mejor y más sostenible para todos. Han sido diseñados para abordar los desafíos globales que enfrentamos, incluidos los relacionados con la pobreza, la desigualdad, el cambio climático, la paz y la justicia. Cada objetivo y meta están relacionados para lograr el equilibrio entre la sostenibilidad económica, social y medioambiental, tal como lo focaliza la ONU. Los ODS exigen la participación activa de todos los sectores para hacer del mundo un lugar mejor para todos, en todas partes, sin que nadie se quede atrás.

Dianova & la igualdad de género

Como parte de su compromiso con el progreso social, Dianova considera esencial promover el empoderamiento de las mujeres y las niñas como un factor clave para lograr este objetivo. A pesar de ser un objetivo autónomo (ODS 5), la igualdad de género es una cuestión transversal en la agenda 2030 de las Naciones Unidas. Existe un consenso generalizado de que los progresos en todos y cada una de los ODS se estancaron si no se prioriza la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Sin embargo, las mujeres continúan enfrentando discriminación en muchas áreas, ya sean civiles, económicas, sociales, culturales, etc., y las desigualdades de género permanecen profundamente arraigadas en todas las sociedades, lo que las dificulta mucho el acceso a la educación, los servicios de atención médica y oportunidades de empleo, por nombrar sólo algunas.

No podemos dejar de abordar estos desafíos, por eso Dianova ha hecho de la igualdad de género una de sus prioridades, así como un elemento transversal de la mayoría de sus actividades y programas. Este compromiso se refleja en varios niveles:

- **A través de la integración de la perspectiva de género:** la mayoría de los programas de Dianova tienen en cuenta las especificidades de género en cuanto a las barreras de acceso y permanencia en los servicios, es por eso que su diseño y ejecución adoptan medidas concretas para lograr acciones positivas tales como la flexibilidad horaria o la posibilidad de participar en programas con sus hijos/hijas.
- **A través del trabajo de incidencia:** Las personas que representan Dianova abogan por la igualdad de género siendo esto una cuestión inherente a los derechos humanos y la justicia social en reuniones internacionales, y, más concretamente, la importancia de desarrollar enfoques basados en los derechos humanos y con conciencia de género para la prevención y el tratamiento de trastornos adictivos.
- **A través de campañas de sensibilización del público:** el objetivo de Dianova es hacer que el público en general sea más consciente de los desafíos en esta área: igualdad salarial, representación política, acceso a la educación y salud, la necesidad de integrar la perspectiva



de género (PG) en programas y servicios como un marco analítico que permite dar mejor atención a las personas sin una visión androcéntrica.

Prevención de abuso de sustancias & campañas de promoción de la salud

Durante más de una década, Dianova International se ha esforzado por difundir información sobre los riesgos asociados con el abuso de drogas y alcohol y comportamientos adictivos no relacionados con sustancias a través de campañas internacionales de educación y promoción de la salud dirigidas a diversos públicos, incluidas personas con trastornos por uso de sustancias (SUD) y sus familias, jóvenes en general y tomadores/as de decisiones.

Las campañas de Dianova están diseñadas para tener el mayor impacto posible, pero también para reflejar las posiciones de la organización con respecto a la política de adicciones y drogas, incluida la implementación de enfoques de prevención y tratamiento basados en la persona, la evidencia y la salud pública; desarrollando modelos de tratamiento diversificados, ya sean residenciales o ambulatorios; repensar los programas de tratamiento de adicciones dejando atrás el enfoque androcéntrico y dando respuesta a las necesidades específicas tanto de hombres como de mujeres, así como a las del creciente número de personas con trastornos duales, es decir, adicción y problemas de salud mental asociados.

La próxima campaña de Dianova se basará en el concepto de empoderamiento humano y abordará los problemas de adicciones y género. La primera parte de la campaña se lanzará el 26 de junio, Día Internacional contra el abuso de drogas y el tráfico ilícito, y la segunda parte el 25 de noviembre, campaña fin de la violencia de género, 16 días de activismo.

2 ODS IMPACTADOS



ODS 5: lograr la igualdad de género & empoderar a todas las mujeres y niñas

Las mujeres y las niñas, en todas partes, deben tener igualdad de derechos y oportunidades, y ser capaces de vivir libres de violencia y discriminación. La igualdad y el empoderamiento de las mujeres es uno de los 17 objetivos de desarrollo sostenible, pero también integral para todas las dimensiones del desarrollo inclusivo y sostenible. En resumen, todos los ODS dependen del logro del objetivo 5. La igualdad de género en 2030 requiere una acción urgente para eliminar las muchas causas profundas de la discriminación que todavía restringen los derechos de las mujeres en las esferas privadas y públicas.



ODS 3: asegurar vidas sanas & promover el bienestar para todos en todas las edades



El ODS 3 tiene como objetivo 4 y 5 centrarse en la promoción de la salud mental y el bienestar y en el fortalecimiento de la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias, incluido el abuso de estupefacientes y el uso nocivo del alcohol. Además de los problemas relacionados con el abuso de sustancias, como las sobredosis, los suicidios y el desarrollo o empeoramiento de los trastornos mentales, las personas que usan drogas (y más para quienes se inyectan) son más vulnerables al VIH, la hepatitis C y otras infecciones transmitidas por la sangre. Por último, debido al estigma que sufren, las personas con trastornos del consumo de sustancias se enfrentan a mayores dificultades para acceder al tratamiento, la reducción de daños y los servicios de reintegración social.



ODS 10: reducir la desigualdad dentro y entre los países

Las desigualdades permanecen persistentemente en el mundo actual. Del 1988 al 2008, el 5 por ciento más rico de las personas capturó el 44% de los ingresos mundiales, aunque poco cambió para los más pobres. En los países en desarrollo, la desigualdad de ingresos aumentó un 11% entre 1990 y 2010. Con menos ingresos y menos activos que los hombres, las mujeres, en particular en los hogares de madres solteras, tienen más probabilidades de vivir por debajo del 50% de los ingresos medios. La evidencia sugiere que la desigualdad entre mujeres y hombres en un hogar es un factor fuerte que contribuye a la desigualdad general de ingresos en la sociedad.

Para las mujeres y las niñas, las desigualdades de género tienen consecuencias en sus ingresos económicos, así como para otras necesidades fundamentales, como la salud y la educación. Es necesario el análisis interseccional de como este eje actúa con otros posibles ejes de vulnerabilidad como los relacionados con la edad, la diversidad funcional, la etnia, la migración, el estado económico, etc., que multiplican la carga de las desigualdades muchas veces.

3 LAS MUJERES & LA ADICCIÓN – LA SITUACIÓN

En las últimas décadas, los trastornos relacionados con el alcohol y otras drogas se han propagado drásticamente y ninguna nación sigue siendo inmune a sus considerables costos humanos y económicos. Aunque las tasas de SUD parecen ser más bajas para las mujeres que para los hombres, las consecuencias físicas y mentales pueden ser más profundas para las mujeres.

Los prejuicios y el estigma social que recaen sobre las mujeres consumidoras retrasan el proceso de desintoxicación. Por un lado, se las señala por ser consumidoras y tener una adicción y, además, por no cumplir el mandato de género y los roles familiares que se le presuponen (doble estigma). A la hora de hacer frente a esta situación este estigma les afecta en mayor medida. Además, las mujeres y personas LGBTI con problemas de adicción a las drogas son a menudo invisibilizadas. En las áreas de atención a las drogas se parte generalmente de una perspectiva androcéntrica que no contempla todas las necesidades, provocando barreras de acceso: sólo una de cada 5 personas que acuden son mujeres.

Mujeres, adicciones & recuperación

La mayoría de los estudios e investigaciones relacionados con el abuso de sustancias todavía se llevan a cabo con un predominio de los participantes masculinos, tomando la medida como sujeto neutro al hombre. Por otra parte la investigación llevada a cabo sobre SUD y mujeres mayoritariamente se



centra en el embarazo, en el impacto negativo sobre sus hijos/as o en las enfermedades infectocontagiosas, cayendo en un discurso reduccionista e incluso estigmatizante.

la investigación reciente, sin embargo, indica diferencias significativas entre hombres y mujeres en la epidemiología relacionada con la sustancia, factores sociales, biológicos respuestas, progresión al abuso y dependencia, consecuencias médicas, trastornos psiquiátricos cooperativos y obstáculos para la entrada, retención y finalización del tratamiento.

Cuando se trata del consumo de sustancias y la adicción, las mujeres enfrentan problemas únicos que están influenciados principalmente por el sexo (diferencias basadas en la biología) y el género (diferencias basadas en roles culturalmente definidos para hombres y mujeres). Estudios de investigación sobre el consumo de sustancias y trastornos de adicción han encontrado que:

- Las mujeres describen razones diferentes de los hombres para el uso de drogas, incluyendo el control de peso derivado de la fuerte presión de estándares de belleza, la lucha contra el agotamiento debido a la doble jornada laboral, la asunción de los cuidados de los demás sobre todos los niños/as o personas mayores a cargo, generando un consumo más importante de fármacos legales.
- La mayoría de las mujeres usan sustancias de manera diferente a los hombres, por lo que consumen cantidades más pequeñas de sustancias por menos tiempo antes de volverse dependientes.
- Las mujeres que acuden a programas de tratamiento pueden experimentar una mayor sensación de malestar y desmotivación al no tenerse en cuenta sus necesidades; además, son más propensas a recaer después de la finalización del tratamiento debido a una falta de apoyo social, problemas económicos o por seguir en el círculo de violencia.
- Las mujeres que usan drogas también pueden experimentar más efectos físicos en el corazón y los vasos sanguíneos.
- Las mujeres pueden tener más probabilidades de acudir a la sala de urgencias o morir por sobredosis u otros efectos de ciertas sustancias debido a la invisibilización de los consumos, los cuales pasan a ser detectados cuando llevan tiempo instaurados y conllevan mayor tiempo para la recuperación.
- Las mujeres que son víctimas de la violencia de género tienen un mayor riesgo de consumo de sustancias.
- El divorcio, la pérdida de la custodia de los hijos o la muerte de un compañero o hijo pueden desencadenar el consumo de sustancias de las mujeres u otros trastornos de salud mental debido a la socialización de género y el fuerte mandato social del cuidado a los demás.

Violencia de género & adicción

La violencia de género puede describirse como un patrón de comportamientos agresivo y coactivo que pueden incluir lesiones físicas infligidas, abuso psicológico, agresión sexual, aislamiento social progresivo, acecho, privación, intimidación y amenazas. Se ha encontrado que el abuso de sustancias coexiste en el 40% al 60% de los incidentes de violencia de género en varios estudios en los Estados



Unidos y varias líneas de evidencia sugieren que los trastornos del consumo de sustancias desempeñan un papel facilitador en estos incidentes precipitando o exacerbando la violencia.

El abuso conyugal se ha identificado como un vaticinador de desarrollar un problema de abuso de sustancias y/o adicción. Además, las mujeres en relaciones abusivas a menudo han explicado que han sido coaccionadas para usar alcohol y/o drogas por sus parejas. Los trastornos relacionados con el alcohol y las drogas son más frecuentes entre las mujeres que experimentan violencia de pareja en comparación con las mujeres que no han tenido tal experiencia de violencia.

Además, un informe del PNUFID (1994) sobre las mujeres y el abuso de sustancias señala las alarmantes consecuencias indirectas del abuso de sustancias, incluida la violencia de género, sobre las mujeres. De acuerdo con este informe:

- El abuso de sustancias afecta directamente la función cognitiva y física, reduciendo el autocontrol y dejando a los individuos menos capaces de negociar la resolución no violenta a los conflictos;
- Experimentar la violencia dentro de una relación puede conducir al abuso de sustancias como un método de afrontamiento a esta situación.
- Los/las niños/as que presencian la violencia o las amenazas de violencia entre los padres tienen más probabilidades de presentar patrones de consumo dañinos más adelante en la vida.

Impacto de las políticas represivas, estigma

Las mujeres sufren desproporcionadamente del impacto de las políticas represivas de drogas. Las mujeres en Europa, Asia y América Latina están encarceladas a un ritmo desproporcionadamente alto por delitos no violentos de drogas. Con frecuencia, estas mujeres se encuentran en situaciones de pobreza extrema, tienen niveles bajos de educación formal y perspectivas limitadas en la economía lícita, con casos en que las mujeres, en particular de las comunidades de minorías étnicas, son forzadas a participar en el mercado ilícito de drogas.

Las mujeres que toman drogas también se enfrentan a un estigma significativo, obstaculizando su acceso a la salud y los servicios sociales. En Eurasia, las ONGs han documentado la brutalidad policial repetida y el abuso sexual contra las mujeres que toman drogas. Para hacer frente a los impactos desproporcionados de las políticas de fiscalización de drogas sobre las mujeres y asegurar el logro del ODS 5, se debe llevar a cabo una revisión de las políticas de drogas con una fuerte perspectiva de género para desarrollar enfoques de política alternativos que promuevan activamente la consecución de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

La PDG en los programas y servicios de drogas y adicciones

El tratamiento para el SUD en las mujeres puede progresar de manera diferente que para los hombres. Las mujeres reportan consumir alcohol u otras drogas durante un período de tiempo más corto al entrar en tratamiento, sin embargo, su uso de sustancias tiende a progresar más rápidamente desde el primer uso hasta la adicción.



Puede ser difícil para cualquier persona con SUD dejar de consumir, pero las mujeres en particular pueden tener miedo de obtener la ayuda que necesitan debido al temor de ser estigmatizadas y consideradas personas desviadas por no haber sido capaces de cumplir con los roles tradicionales – de esposa, madre y cuidadora de la familia – tradicionalmente se espera de ellos. Además, las mujeres encuentran barreras específicas de índole estructural, social y personal al acceso al tratamiento durante o después del embarazo debido a posibles temores legales o sociales y a la falta de cuidado infantil durante el tratamiento. Las mujeres en tratamiento a menudo necesitan apoyo para manejar las cargas de trabajo, cuidado en el hogar, cuidado de niños y otras responsabilidades, pero muchas veces no lo tienen y se abandonan tratamiento no por falta de motivación sino por la fuerte presión del mandato social del cuidado de los demás.

Llamada a la Acción de programas específicos para mujeres con trastornos por uso de sustancias.

Los problemas de las barreras de las mujeres para acceder a los programas de tratamiento de adicciones, el estigma asociado con su condición y su necesidad de modalidades específicas de tratamiento han sido ampliamente no reconocidos y poco financiados. Hay una necesidad urgente de reconsiderar los programas de tratamiento de adicción y de implementar servicios que abordan de manera efectiva y exhaustiva las complejas necesidades de las mujeres con el SUD y sus hijos. Además, consideramos que uno debería dar la máxima prioridad a sensibilizar a la opinión pública y a los profesionales sanitarios para que proporcionen a las mujeres las mismas normas de tratamiento a las que tienen derecho los hombres.

Dianova aboga por la implementación de modalidades específicas para las mujeres SUD, incluyendo programas de tratamiento integrado que ofrecen una amplia gama de servicios que incluyen tratamiento de adicciones, asesoramiento para padres, vinculación de servicios, vivienda, asistencia legal y trabajo y la formación profesional. Además, estos programas deben adaptarse culturalmente y ofrecer modalidades tales como programas separados para las mujeres, aceptación de los niños y atención a las mujeres embarazadas.

4 OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA & CONCEPTO

Concepto de ' Empoderamiento humano '

Dianova cree que los derechos de las niñas y las mujeres son derechos humanos fundamentales y que existe una necesidad urgente de crear más conciencia de los problemas específicos que afrontan las mujeres cuando se enfrentan a trastornos del consumo de sustancias, incluido el estigma, las especificidades de género, la violencia y los obstáculos al tratamiento y la reintegración social. Esta es la razón por la que la campaña se centrará en poner de manifiesto cómo se entrelazan las adicciones y el género a través del paraguas de un único concepto, Empoderamiento Humano.



Es urgente crear más conciencia sobre la necesidad de la PDG como un marco analítico que evalúe como el género impacta en la relación que hombres, mujeres y otras identidades de género tienen con las drogas, así como también el colectivo LGTBI. Hay en particular una necesidad de servicios que abordan de manera eficaz y exhaustiva las complejas necesidades de las mujeres con trastornos del consumo de sustancias y que abarquen todas las casuísticas derivadas de su socialización de género.

El número de mujeres que acceden en programas de tratamiento, incluidos los de Dianova, sigue siendo muy baja a pesar de la elevada prevalencia de mujeres con problemas de consumo de sustancias. Las mujeres que acceden en programas de tratamiento suelen tener una estancia más corta que los hombres y, después de finalizar el tratamiento, se exponen con mayor frecuencia a una recaída.

Además de experimentar problemas de salud física y mental, estas mujeres a menudo tienen historias personales de exposición a abusos físicos y sexuales y otros problemas de relación, sistemas de apoyo social negativos o inadecuados, ingresos inadecuados, desempleo, la inestabilidad de la vivienda y la implicación con el sistema de Justicia Penal. Además de esto, las mujeres que entran en el tratamiento a menudo se encuentran en un ambiente masculinizado, diseñado para hombres y habitado también por ellos, no atendiendo a sus necesidades específicas para una recuperación adecuada y eficaz. Por último, es urgente determinar porque muchas mujeres todavía no llegan a los recursos e implementar soluciones adecuadas, por eso es necesario repensar el diseño de los programas, sean de tratamiento o reducción de daños, así como de las campañas de prevención y de las políticas de drogas en general.

Objetivos generales

El objetivo principal de la campaña es sensibilizar/concienciar sobre la necesidad de que se produzcan cambios en las personas afectadas y decidan pedir ayuda y para que los gobiernos, empresas, fundaciones u otros, pongan los medios necesarios para que esto suceda, a través del apoyo económico destinado a proyectos/programas de la Red Dianova, o también a través de otro tipo de colaboraciones y/o aportaciones.

Las tres fases de la campaña

La campaña se desarrollará a lo largo del resto del año bajo el paraguas de Human Empowerment *Humano* y utilizando un enfoque de tres bloques sucesivos:

1. Recuperar la capacidad de elegir, abrazar la vida

Las personas consumen alcohol u otras drogas por muchas razones: quieren sentirse bien, dejar de sentirse mal o tener un mejor desempeño en la escuela o en el trabajo, o tienen curiosidad porque otros lo están haciendo. La última razón es muy común entre los adolescentes. Las drogas estimulan partes del cerebro que proporcionan una sensación de placer. Pero después de tomar una droga por un tiempo, el cerebro se acostumbra y las personas necesitan tomar más drogas para obtener la misma sensación de bienestar. En poco tiempo, las personas deben consumir drogas solo para sentirse normal y cuando no pueden hacerlo, se sienten enfermos, ansiosos e irritables. Este fenómeno se llama adicción.



Todo el mundo puede estar afectado por las adicciones. Independientemente del género, la raza o el estatus social, nadie puede decir que nunca tendrá que lidiar con un trastorno de uso de sustancias o una adicción comportamental como el juego patológico. Las adicciones pueden conducir a un mundo de dolor. Tomar drogas es una elección personal, pero la adicción nunca lo es. Como dice la ciencia, *"la adicción es una condición cerebral crónica, recurrente, caracterizada por la búsqueda y el uso compulsivo de una sustancia o actividad, a pesar del conocimiento de sus consecuencias perjudiciales"*.

Con la adicción, la mirada de las personas y la sociedad cambian. Las personas con trastornos adictivos siguen enfrentándose a un juicio moral muy estigmatizado de parte de la sociedad en general, particularmente con respecto a las personas que toman drogas ilícitas. Esto puede causar un estrés significativo y sentimientos de vergüenza, culpa, ira, rechazo, o incluso inutilidad o desesperanza, que a su vez alimentan el abuso del alcohol u otras drogas.

Considerar a las personas que viven con un TUS u otra adicción como personas desviadas y responsables de lo que les sucede es una injusticia flagrante. La adicción es un problema multifacético que abarca una serie de factores, pero ninguno de ellos tiene nada que ver con la desviación o la falta de moralidad. El estigma, las políticas represivas y la exclusión impiden el acceso al tratamiento, a la reducción de daños y/o a otros servicios de salud; impiden que la gente disfrute de todo el alcance de sus derechos.

La campaña 'Human Empowerment' quiere mostrar que es posible superar todos estos obstáculos con un poco de ayuda y de empatía, por lo que consideramos que es urgente promover una mejor accesibilidad a programas adaptados a las necesidades y expectativas de las personas. Finalmente, y sobre todo, queremos ayudar a las personas a recuperar su autonomía y su capacidad para elegir, de manera responsable e informada, ante el uso de sustancias y otros comportamientos potencialmente adictivos.

2. Educación. Lograr el empoderamiento a través de habilidades de vida

Imaginamos un mundo en el que todos los niño/as puedan perseguir una educación de calidad que les permita alcanzar su pleno potencial y contribuir a sus comunidades y al mundo. Creemos que, con el conjunto adecuado de habilidades sociales y esenciales para la vida, las vidas de las personas que se recuperan de un trastorno de consumo de sustancias pueden transformarse verdaderamente, a nivel personal y profesional.

Para lograr el objetivo de esta campaña, debemos tener en cuenta las necesidades específicas de las mujeres y de los colectivos LGBTI en los programas de tratamiento y post-tratamiento; por ejemplo, las mujeres responden y se adhieren mejor al tratamiento si se incluyen en la psicoterapia y el asesoramiento grupal. La educación sexual y la planificación familiar, así como el diagnóstico de la comorbilidad psiquiátrica, los trastornos alimentarios y los traumatismos relacionados con el abuso sexual y la violencia son cuestiones prioritarias que deben integrarse en la agenda de tratamiento para las mujeres.

3. Empoderamiento



Sólo cuando las mujeres y las niñas tengan pleno acceso a sus derechos – desde el acceso equitativo a la educación, la atención sanitaria, el trabajo decente, la independencia económica, los derechos sexuales y reproductivos, la libertad de violencia, la representación en los procesos de toma de decisiones políticas y económicas – se hará realidad la igualdad. Y sólo entonces todas las mujeres y niñas tendrán la autodeterminación a la que tienen derecho.

Empoderar a mujeres y niñas en todos los programas y trabajar en la incidencia política hará crecer la economía y beneficiará a las sociedades y a la humanidad en general. Con acciones constantes en la igualdad de género, cada parte del mundo puede progresar hacia el desarrollo sostenible en 2030, sin dejar a nadie atrás.



5 LA CAMPAÑA

Público objetivo

A través del concepto de Human Empowerment queremos alcanzar unos objetivos concretos según el público al que nos dirigimos. Cada país seleccionará uno o más targets: tomadores de decisiones, fundaciones, empresas, consumidores/familias o el mundo académico en función del objetivo que se desee conseguir en cada público, según el contexto social o político.

Definición de audiencias



- *Tomadores de decisiones* – instituciones, gobiernos, ministerios en posiciones clave con poder decisorio para llevar a cabo cambios.
- *Fundaciones privadas* – relacionadas con el tema de la campaña y aquellos que tienen experiencia con la financiación de las causas relacionadas.
- *Empresas* – tener planes de igualdad de género en el lugar de trabajo, involucrados y sensibilizados con el tema y trabajando en los ODS.
- *Personas con SUD y sus familias* – personas con Sud u otro trastorno adictivo que necesitan ayuda y sus familiares que necesitan apoyo para acompañar al primero en su proceso de cambio.
- *Comunidad educativa* – escuelas primarias y secundarias, universidades, docentes y estudiantes. Escuelas que han desarrollado programas de prevención de adicciones.

¿Qué cambio se debe lograr en el público objetivo?

- *Los responsables de la toma de decisiones* deben invertir fondos y recursos en actividades específicas y adaptar las leyes; establecer o consolidar nuevas alianzas con Dianova International y sus miembros; invertir recursos para programas específicos para mujeres.
- *Fundaciones privadas* – deben proveer recursos adicionales para estudios e investigaciones y en programas específicos o proyectos dirigidos a la cuestión del género y la adicción.
- *Empresas* – deben desarrollar programas específicos de sensibilización para sus empleados, invertir recursos financieros en actividades específicas, incluyendo programas de desarrollo personal y de integración laboral específicos para el género.
- *Las personas con SUD y sus familias* – deben ser más conscientes de las consecuencias de sus trastornos de adicción y dispuestas a inscribirse en programas de tratamiento.
- *Miembros de la familia* – deben proveer a las personas adecuadas con el apoyo adecuado y ayudar a abordar las dificultades relacionadas con el estigma que pueden enfrentar, especialmente las mujeres.
- *Comunidad educativa* – deberían integrar programas de prevención de adicciones y de género en el currículo y participar en programas de investigación sobre este tema.

Una vez seleccionado el objetivo, cada país desarrollará su estrategia de comunicación y adaptará los mensajes de la campaña al público objetivo seleccionado.

Concepto creativo

Dianova International está trabajando actualmente en el concepto creativo y el logo que identificará la campaña.

Como se indica en la sección 4 de este documento, Dianova cree que los derechos de las niñas y las mujeres son derechos humanos fundamentales y que hay una necesidad urgente de crear más conciencia de los problemas específicos que enfrentan las mujeres cuando se enfrentan a trastornos



del consumo de sustancias. Esta es la razón por la cual, la campaña se fundamentará en el concepto de empoderamiento humano, con un fuerte enfoque en la interacción entre género y adicción,

Dianova International será responsable de diseñar y producir materiales visuales comunes, textos y documentos de posición disponibles para todos los participantes.

Implementación

La campaña global se desarrollará desde el 26 de Junio hasta el 16 de Diciembre, 2019.

La campaña se ofrecerá a los miembros ordinarios y asociados de la red Dianova International en los siguientes países:

Chile, Uruguay, Nicaragua, Estados Unidos, España, Italia, Portugal, Suecia, Eslovenia, Kenia, Pakistán, India, Noruega, Togo, RDC, Rumania, Turquía, Bangladesh.

Los miembros que participen tendrán la posibilidad de seleccionar sus propias imágenes, acordes a su contexto político, social y cultural. Antes de empezar la campaña, estas imágenes deberían ser enviadas a Dianova International para su revisión, adaptación, incorporación del logo y difusión a través de los diferentes posters de la campaña.

Idiomas: español, Inglés, Francés, Portugués, Italiano, sueco, esloveno, noruego.

Materiales & recursos

Contenido editorial:

- Infografía con las tres fases de la campaña. Diseñado por DI.
- Infografía de los tópicos de la campaña (vulnerabilidad, estigma, tratamiento, educación, empoderamiento). Diseñado por DI.
- Storytelling en video. El video podría ser utilizado a partir de noviembre. Pendiente de evaluación.
- Kit de medios sociales. Diseñado por DI.
- 3 Comunicados de prensa. Diseñado por DI.
- 5 artículos para la web. Diseñado por DI.
- Informes, datos, buenas prácticas. Diseñado por DI.

Estos materiales estarán disponibles en el sitio web de Dianova International a partir del día 21 de junio.

Contenido digital:

Hashtag: **#HumanEmpowerment**

Imágenes:

- Provisión de imágenes. (Cabeceras Redes Sociales – Post Redes Sociales)
- Adaptación a diferentes soportes



Otros elementos:

- Los carteles A3 de la selección de imágenes por cada organización miembro
- Pins Human Empowerment (inglés).

Evaluación – indicadores globales

Dianova International proporcionará una plantilla para la recopilación de datos.

Comunicación On line. KPIs (key performance indicators)

- Tamaño: número de publicaciones, correos, tweets, número de vistas Web,
- Vitalidad: alcance, número de personas impactadas
- Influencia: número de interacciones, gustos, compartidos, comentarios, retweets

Impacto offline. KPIs

- Número de carteles colocados y audiencia potencial.
- Número de artículos publicados en la prensa, audiencia estimada.
- Otras acciones con impacto offline.

Marketing KPIs para cada publico seleccionado

- Numero de contactos realizados.
- Numero de colaboraciones/aportaciones obtenidas con éxito.
- Impacto global (personas impactadas) de las colaboraciones/aportaciones obtenidas.
- Fondos recaudados u otras contribuciones no monetarias.

Referencias bibliográficas

- [Promoting a Gender Responsive Approach to Addiction](#) – United Nations Interregional Crime and Justice Institute (UNICRI), 2015. Acceso 23 de mayo, 2019.
- [Women and Drug Abuse, the Problem in India](#) – Ministry of Social Justice and Empowerment, Gov. of India and United Nations International Drug Control Programme, Regional Office for South Asia, 2002. Acceso 23 de mayo, 2019.
- [Women’s Rights are Human Rights](#) – United Nations Publications, 2014. Acceso 23 de mayo, 2019.
- Center for Behavioral Health Statistics and Quality. [Results from the 2016 National Survey on Drug Use and Health](#), 2017. Acceso 23 de mayo, 2019.
- [Tobacco, drug use in pregnancy can double risk of stillbirth](#). Eunice Kennedy Shriver National Institute of Child Health and Human Development, 2013. Acceso 28 de mayo, 2019
- [Opioid Use Disorder Documented at Delivery Hospitalization 1999-2014](#) - Haight SC, Ko JY, Tong VT, Bohm MK, Callaghan WM. Acceso 28 de mayo, 2019.
- [Sex and Gender differences in Substance Use Disorder Treatment](#) – National Institute on Drug Abuse. Acceso 30 de mayo, 2019.

Campaña de empoderamiento humano – 26 de junio -25 de noviembre 2019



- [Other Sex and Gender Issues for Women Related to Substance Use](#) – National Institute on Drug Abuse. Acceso 30 de mayo, 2019.