

¿Cómo comunicar sobre aborto?

Algunos tips

La organización Women On Web publicó un [Kit de Herramientas para el Encuadre del Aborto](#) en el que presentan información valiosa sobre cómo elegir y elaborar una estrategia de comunicación apropiada para diferentes audiencias.

Te dejamos algunos tips que obtuvimos de este Kit y que pueden ser útiles a la hora de elaborar materiales de comunicación o incluso abordar el tema en una conversación:

1

Ten claro cuál es tu objetivo:

Este es el primer paso, pregúntate **¿qué cambios quieres generar con la información que vas a transmitir?**

Por ejemplo, tu propósito puede ser orientar a personas que quieren realizarse un procedimiento de aborto o disminuir el estigma alrededor del aborto.

2

Identifica a la población que está en medio el “centro persuasible”:

Para esto es importante conocer tu audiencia y el contexto, así puedes identificar qué segmentos no son opositores al tiempo que profundizas sobre las razones por las que tampoco son promotores.

¿El centro persuasible no tiene la información suficiente? O ¿no está lo suficiente sensibilizado al respecto?

Centro persuasible:

Es un segmento de la audiencia que no se ubica como promotor ni como opositor frente a un movimiento o tema, pero que con los suficientes estímulos puede llegar a tomar una posición.

Algunos individuos se ubican en este segmento porque: son personas que no se sienten conectadas con el tema, no entienden si les afecta o no y cómo, conocen poco del tema en general, tienen dudas respecto, o son influenciadas por su ambiente y las personas que les rodean, entre otras razones.

3

Ten presente que es posible un mundo mejor:

Apela a valores como la bondad, el respeto y haz énfasis en la mejora que tu mensaje puede implicar para la vida de las personas.

Utiliza mensajes y apoyos visuales que aludan a la **promoción de la autonomía, los derechos y la salud.**

4

Busca valores en común:

Si estás lidiando con opositores identifica qué puntos de encuentro hay en sus discursos y tómalos como herramienta para acercarlos a un punto medio.

5

Evita hacer referencia a la culpa o la vergüenza:

El estigma es perjudicial a la hora de transmitir y recibir información de calidad, evita cualquier mensaje que pueda hacer sentir a tu audiencia juzgada o señalada de cualquier manera.

¡Te invitamos a revisar el Kit de Herramientas para el Encuadre del Aborto de Women On Web y a continuar trabajando por garantizar el derecho al aborto mediante la difusión de información de calidad!