INDICE

PROLOGO i
LISTA DE SIGLAS vi

RESUMEN 1

CAPITULO
1. INTRODUCCION 5

2. RESEÑA GENERAL 7

A. Definiendo Salud Reproductiva 7
B. Definiendo Participación Masculina. 8
C. Clarificando la Exposición Razonada para la Participación Masculina en Salud Reproductiva 9
1. Papeles del género en la reproducción 9
2. Necesidades en materia de información y servicios de salud reproductiva masculina 11
3. Participación de los hombre para aumentar la prevalencia contraceptiva 12
4. Prevención contra las ETS y el SIDA 13
5. Violencia relacionada con el género 15
D. Identificando las preocupaciones de los hombres y los obstáculos a su participación en Salud Reproductiva 16

3. OBJETIVOS PRINCIPALES DEL PROGRAMA 21

A. Apoyo de los Hombres a las Acciones de la Mujer y Respeto por los Derechos Sexuales y Reproductivos de la Mujer 21
B. Salud Reproductiva Masculina y Femenina 24
C. Comportamiento Reproductivo y Sexual Responsable en el Hombre Joven 25

4. PLANIFICACION ESTRATEGICA. 27

A. Necesidad por Intervenciones Enfocadas e Integradas . . . 27
B. Barreras Políticas 28
C. Investigación en Planificación del Programa 29
D. Distribución de Recursos 31
E. Recuperación de Costos. 31
F. Temas Eticos 32
G. Participación Comunitaria 33
H. Evaluación y Seguimiento del Programa. 34

5. INTERVENCIONES DE ENTREGA DE SERVICIO 37

A. Lecciones Claves Aprendidas 37
1. Preferencias masculinas en la calidad del cuidado . . . 37
2. Utilización de las estructuras existentes 38

3. Uso de preservativos 40
4. Uso de los servicios de vasectomía 40
B. Preferencias del Proveedor: Entrenamiento y Personal . . . 43
1. Papel del proveedor 43
2. Capacitación 45
3. Uso de promotores y proveedores masculinos . . . 46
C. Sistema de Entrega de Servicios con base en Clínicas . . . 47
D. Ventas Comerciales Subsidiadas 50
E. Alcance de la Comunidad 54
1. Acercamientos múltiples 54
2. Distribución basada en la comunidad . . . 54
F. Programas basados en el lugar de trabajo 57
G. Grupos organizados 61
H. Servicios para la juventud 63

6. INTERVENCIONES DE INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION 69

A. Especificación y Segmentación de las Audiencias Masculinas 69
B. Investigación de la Audiencia sobre los Hombres 71
C. Diseño de Mensaje 73
D. Comunicación Interpersonal 79
E. Movilización Comunitaria 80
F. Campañas en los Medios de Comunicación de Masas . . . 83

7. CONCLUSIONES 91

BIBLIOGRAFIA 93

LISTA DE PAGINAS CON CUADROS

Participación Masculina: Un Programa Comunitario Exitoso en Mali . . 14
Obstáculos para los Cambios: Creencias y Actitudes Masculinas . . . 17
Actitudes de los Hombres en lo referente a la contracepción para sus esposas o para ellos mismos:
Lecciones Aprendidas de las Experiencias de un Educador Sexual Experimentado Trabajando con Hombres . . . 19
Innovaciones y Adaptaciones de Bajo Costo 39
Vasectomía sin Escalpelo: Como Trabaja 42
Investigación Biomédica 44
Clínicas Masculinas en América Latina 49
Pakistán: Alcanzando al Hombre en la Comunidad 55
Programas de Educación sobre Bienestar Familiar en Zambia . . . 59
FNUAP/OIT Lecciones Aprendidas sobre Como Alcanzar a los Hombres en el lugar de Trabajo 62
Programa Mexicano para los Adolescentes 67
Acercamientos de IEC Sugeridos para Tratar las Preocupaciones de los Hombres 75
Lecciones Aprendidas al Informar sobre el SIDA 76

Territorio de Hong Kong: Hombres que Usan Contracepción como Héroes 78
Egipto: Movilizando Comunidades Rurales 82
Utilizando Grupos Masculinos para Llegar a los Hombres en Gana. . . 84
Gana: Combinando Acercamientos Interpersonales y de Medios de Comunicación de Masas 87
Campañas de Múltiples Medios de Difusión de Zimbabwe 89