

Un parto seguro y de confianza ¡Es tu derecho!

¿Necesitas ayuda?

línea materna 01-800-628-37-62

Para más información sobre la campaña:

www.omm.org.mx
partoseguroydeconfianza@gmail.com



Campaña para promover los derechos en salud

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología social (CIESAS-Unidad Sureste)
Asesoría, Capacitación y Asistencia en Salud, A.C. (ACAS. A.C.)
Observatorio de Mortalidad Materna (OMM)

La partería en México desde el punto de vista de las usuarias

Desde 2015 se realizó el proyecto de investigación *La partería en México desde el punto de vista de las usuarias*, dirigido por Graciela Freyermuth Enciso, investigadora del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) Unidad Sureste, en coordinación con la organización civil: Asesoría, Capacitación y Asistencia en Salud, A.C. (ACAS. A.C.). La investigación consistió en 413 entrevistas a mujeres de 13 estados del país: Norte [86] (Jalisco, Sonora, Chihuahua, Guanajuato y Querétaro), Centro [142] (Ciudad de México; Estado de México, Puebla, Guerrero) y Sur [185] (Oaxaca Veracruz, Chiapas y Yucatán).

Se buscó conocer las experiencias y percepciones de las mujeres que atendieron su embarazo, parto y posparto en distintos modelos de partería: 1) el institucional público, 2) el institucional privado, 3) por parteras profesionales o enfermeras obstétricas, 4) por parteras tradicionales y/o familiares, 5) el parto en casa por familiares o por la propia mujer y 6) el parto en otra modalidad (que podría ser una combinación de varios modelos en distintos lugares). Los criterios de selección de las participantes fueron: que el último parto se hubiera llevado a cabo entre 2014-2016, o se encontrara embarazada y que por lo menos hubiera tenido dos eventos obstétricos.

De entre los resultados, lo que más llamó la atención fue la “naturalización” de la insatisfacción de las mujeres y de las malas prácticas que se presentan en los servicios públicos de salud.

A continuación se presentan resultados de las experiencias que vivieron las mujeres y que más incidieron en su insatisfacción durante la atención:

- A ocho de cada 10 mujeres que atendieron su parto en el sistema de salud público, no se les permitió beber agua durante el trabajo de parto.
- Ocho de cada diez mujeres que se atendieron en el sistema público de salud no tuvieron compañía.
- Seis de cada diez mujeres recibieron explicaciones médicas difíciles de entender o no les repitieron la información cuando les quedaron dudas.
- Tres de cada diez mujeres se sintieron maltratadas, regañadas o humilladas durante la atención del embarazo y el parto.
- Tres de cada diez mujeres no se sintieron seguras con la atención que recibieron.
- Tres de cada diez mujeres sintieron que esperaron mucho tiempo para recibir a su bebé después del parto.
- A tres de cada diez mujeres no les contestaron sus preguntas cuando tuvieron una complicación médica durante el parto.
- Dos de cada diez mujeres no sintieron confianza con el personal médico que las atendió.
- Dos de cada diez mujeres que estaban en labor de parto fueron rechazadas en el primer hospital donde buscaron atención.

- Dos de cada diez mujeres no recibieron información clara sobre los procedimientos médicos que les practicaron.
- Algunas de las mujeres entrevistadas les hicieron hasta 20 tactos vaginales para conocer su dilatación. Muchos de estos fueron realizados como “práctica” por médicos pasantes, sin su consentimiento.

Los resultados anteriores se compararon con la Norma Oficial Mexicana 007 “Para la atención de la mujer durante el embarazo, parto y puerperio, y de la persona recién nacida”, la mayoría son prácticas que se indica evitar o reducir su uso.

Un análisis que surgió con los resultados de la investigación es que las mujeres de nivel socioeconómico bajo, principalmente de comunidades rurales e indígenas, son las más vulnerables a sufrir este tipo de prácticas y las que menos información y empoderamiento tienen para exigir un trato que respete sus derechos.

Campaña “Por un parto seguro y de confianza”

Por las razones antes expuestas, surge la campaña radial “**Por un parto seguro y de confianza**” destinada a las usuarias y a sus familias, que tiene como objetivo promover los derechos en salud materna de mujeres de sectores vulnerables. A través de spots de radio se cuentan las experiencias de atención en voz de otras mujeres con las que se sientan identificadas. La narrativa es contada desde un aspecto aspiracional, de cómo desearía recibir la atención. Además, se indican los lineamientos de las normas y programas existentes, así como la difusión de la línea materna del Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva para que pidan ayuda o pongan su queja. Además, se promueven los establecimientos del sistema de salud público donde se ofrece una atención con modelo de partería, enfoque de derechos o intercultural.

La campaña está producida de la siguiente manera:

Spots generales: en ellos se incluye información sobre la atención que puede esperarse en cualquier establecimiento de salud de acuerdo con la normativa vigente. Se abordan por tanto, los derechos en salud materna relacionados con aquellas prácticas médicas que causaron insatisfacción que fueron documentados en los resultados de la investigación (20 spots).

Spots hospitales focalizados: estos spots están dirigidos a dar a conocer los hospitales que tienen atención con enfoque de derechos y/o intercultural. La idea es que cada hospital promocioe los servicios que tiene y en caso de estar asentado en una región indígena tenerlos disponibles en las lenguas originarias. La difusión de estos se llevará a cabo en radios locales y en los servicios de salud de consulta externa (84 spots).

Spots Casas Maternas: Las casas maternas tienen como objetivo brindar una atención con adecuación cultural. El objetivo de los spots es promocionar los servicios y atención que ofrecen con posibilidad de personalizarla en cada estado. De la misma manera si están asentadas en regiones indígenas podrán ser traducidas en la lengua local (168).

Además, se realiza una campaña medial en el Facebook del Observatorio de Mortalidad Materna dando promoción a la campaña (Cuenta: Observatorio de Mortalidad Materna en México).

Los temas que puede elegir cada unidad médica para su promoción de atención son:

Grabación general y focalizada a unidades médicas

- Acompañamiento de alguien de su confianza.
- Entrega inmediata de bebé y lactancia.

- Ingesta de agua durante trabajo de parto.
- Libertad de parir en la posición que la mujer elija (parto vertical).
- Oportunidad de deambular durante trabajo de parto.
- Seguridad durante el parto: sentirse guiada y con respeto por los prestadores de servicios.
- Confianza a prestadores de servicios. Atención por el mismo personal durante embarazo y parto (Casas maternas).
- Disminución de tactos vaginales (Casas maternas).

Spots solo versiones hospitales/pertinencia cultural

- Compañía de parteras (Hospitales Q. Roo, S. L. Potosí y Tabasco).
- Libertad de parir con vestimenta (Casa materna San Cristóbal de Las Casas, Ch.).
- Libertad para tomar té de hierbas (Casa materna San Cristóbal de Las Casas, Ch.).
- Traducción enfermeras (Hospital de Parral, Chihuahua).
- Servicios de casas maternas: hospedaje para acompañante y alimentos. (Casas maternas).

Spot generales

- Aplicación de acelerante para el parto sin consultar a la mujer.
- Atención oportuna en hospital más cercano.
- Explicaciones claras a mujeres y sus familias por parte de prestadores de servicios (versión hombre).
- Frío en hospitales.
- Mucho tiempo de espera/maltrato (versión mujer y hombre).
- Oportunidad de deambular durante trabajo de parto.
- Realización de análisis clínicos básicos.
- Rechazo por no ser derechohabiente.
- Satisfacción con la atención: tener seguimiento oportuno en consulta, especialista y ultrasonidos.
- Realización de análisis clínicos básicos.
- Explicación línea materna.

El número de spots generales de la campaña es de 23. Los spots focalizados para las unidades médicas van desde tres hasta 15, de acuerdo con la atención y servicios que otorgan. Algunas versiones fueron traducidos a la lengua originaria predominante en sus usuarias. En la sección de audios encontrará todos los spots producidos por estado, unidad médica y lengua originaria.