



MASTER EN COMUNICACIÓN Y MARKETING

LA IDENTIDAD POR VALORES COMO METODOLOGÍA VÁLIDA PARA LA
ELABORACIÓN DE MENSAJES EN CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN DEL
EMBARAZO ADOLESCENTE

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MASTER
EN COMUNICACIÓN Y MARKETING

AUTOR: CATALINA GONZALEZ CABRERA

DIRECTOR: MASTER LUIS PASTOR

2012

Dedicatoria

Esta investigación va dedicada a todas las adolescentes que han sido madres sin planificarlo y a las adolescentes que aún no lo son, sobre todo, dedico cada una de estas páginas y cada esfuerzo que realizo en esta rama de mi carrera, a todos los pequeñitos que nacen todos los días y que sólo esperan ser amados, a ellos que me inspiran a sentir el convencimiento firme de que mi verdadera vocación es investigar y trabajar porque su vida y su entorno mejoren.

Agradecimientos

A Luis Pastor, mi director de tesis y gran amigo, por su apoyo y por creer siempre en mí. A Cecilia Ugalde y Joaquín Moreno, el tribunal, por sus comentarios y aportes.

A Annita Tripaldi y Paulina Zeas por sus continuas revisiones. A mi Universidad del Azuay y a toda su gente, por ayudarme a ser mejor profesional.

Resumen

La siguiente investigación se realizó con la finalidad de aportar una estrategia metodológica diferente a la educación e información en temas de sexualidad para prevenir embarazos en adolescentes. Se realizó en primera instancia una investigación documental sólida en la que se asienta la propuesta metodológica, que se basa en identificar, en un grupo objeto de estudio, su identidad por valores y determinar qué llama la atención en los mensajes utilizados en campañas de prevención de embarazos en adolescentes, si la atención o el atractivo emocional. El resultado obtenido afirma que la racionalidad supera al atractivo emocional. Los mensajes contruidos utilizando valores coherentes con la identidad del público objetivo son más efectivos. Esta investigación es solo un primer paso, el camino para prevenir el embarazo no deseado en adolescentes es largo pero gratificante, se puede hacer mucho más.

Palabras claves

Embarazo, adolescente, prevención, valores, emocional, racional, neurociencia, identidad, campaña, sexualidad.

Abstract y Key Words

ABSTRACT

The goal of the following research is to contribute with a different strategic methodology in the education and information of issues related to sexuality in order to prevent teenage pregnancies. In the first place, a solid document-based investigation was performed and from there the methodological proposal was presented, which was based on identifying, in a target study group, their identity based on values, and determining which parts of the messages used for the campaign to prevent teenage pregnancy attract their attention, if the attention or appeal was emotional. The results showed that rationality overcame emotional appeal. The messages that were constructed through the use of values that were coherent with the target audience were more effective. This research is merely the first step in the road to prevent unwanted pregnancies in teenagers. It is a long but gratifying path and much more can be done.

Key Words: Teenage pregnancy, prevention, values, emotional, rational, neuroscience, identity, campaign, sexuality.



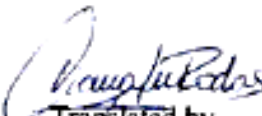

Translated by,
Diana Lee Rodas

Tabla de contenido

Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Resumen.....	4
Palabras claves.....	4
Abstract y Key Words	5
Índice de tablas y de ilustraciones	9
Introducción	10
Hipótesis.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Metodología	12
Capítulo I	15
Marco Teórico.....	15
Introducción.....	15
1.2. Comunicación y salud	16
1.2.1. Información, comunicación y educación. Lo importante de diferenciar funciones.	18
1.3. Salud Sexual y Reproductiva (SSR).....	21
1.3.1. Objetivos mundiales y realidades mundiales sobre la SSR	22
1.3.2. ODM en el Ecuador	22
1.3.3. Salud Sexual y Reproductiva en el Ecuador.....	26
1.4. Educación Sexual en adolescentes. Marco Normativo	27
1.4.1. La Estrategia Intersectorial de Prevención del Embarazo Adolescente y Planificación Familiar (ENIPLA).....	30
1.5. Conceptos generales de la adolescencia y su sexualidad	33
1.5.1. Adolescencia.....	33
1.5.2. La adolescencia y sus contextos	35
1.5.3. Sexualidad en el adolescente	39
1.5.4. Evolución de la sexualidad	41
1.6. Situación actual del embarazo en adolescentes en el Ecuador.....	41

1.6.1.	Consideraciones psicosociales para el aumento de los embarazos en adolescentes.	44
1.6.2.	Factores predisponentes y determinantes.....	46
1.7.	Concepto de Campaña	48
1.8.	Valores	49
1.8.1.	Axiología e identidad social por valores.....	55
1.9.	Neurociencia.....	56
1.10.	Marketing de valores	56
1.11.	Neuromarketing.....	57
1.12.	Insight.....	58
	Conclusión	60
Capítulo II		61
	Investigación para identificar la identidad por valores del público objetivo y la efectividad de los mensajes que utilizan la estrategia.....	61
	Introducción.....	61
2.1	Informe general de las entrevistas en profundidad, grupo focal y entrevistas a expertos.....	63
2.1.1	Proyecto de vida	63
2.1.2	Estructura familiar	66
2.1.3	La madre.....	68
2.1.4	Situación actual, aficiones y ocupación.....	69
2.1.5	Relaciones de pareja, asociación de palabras.	70
2.1.6	Valores.....	73
2.1.7	Principales hallazgos	74
2.2	Informe de los resultados del análisis de spots publicitarios utilizando el Neurosky ..	76
2.2.1	Campaña “Por el derecho a una sexualidad con sentido” (Colombia)	80
2.2.1.1	Resultado análisis Neurosky spot 1.....	81
2.2.2	Campaña “El embarazo es cosa de dos” (España)	83
2.2.2.1	Resultado análisis Neurosky spot 2.....	85
2.2.3	Campaña “El control de tu vida lo tienes tú” (Venezuela)	87
2.2.3.1	Resultado análisis Neurosky spot 3.....	88
2.2.4	Campaña “yo pongo condón” (España)	90

2.2.4.1 Resultado análisis Neurosky spot 4.....	91
.....	93
Conclusiones y recomendaciones.....	94
Anexos	99
Anexo 1. Mujeres de 15 a 24 años de edad que tuvieron la primera relación sexual antes de cumplir las edades específicas, según características seleccionadas. Cuadro 14.10 ENDEMAIN 2004.	99
Anexo 2. Guía de temas entrevistas en profundidad.....	100
Anexo 3. Matriz entrevistas en profundidad.....	104
Anexo 4. Guía de temas grupo focal.....	107
Anexo 5. Entrevistas en profundidad realizadas a madres adolescentes.	110
Anexo 6. Entrevistas en profundidad realizadas a adolescentes que aún no son madres	120
Anexo 7. Informe del grupo focal	138
Anexo 8. Ficha de la campaña “Por el derecho a una sexualidad con sentido” (Colombia)	149
Anexo 9. Ficha de la campaña “El embarazo es cosa de dos” (España)	151
Anexo 10. Ficha de la campaña “Yo pongo condón” (España)	153
Anexo 11. Ficha de la campaña “El control de tu vida lo tienes tú” (Venezuela)	155
Anexo 12. Recortes de periódicos con artículos que tratan sobre el embarazo en la adolescencia.....	156
Anexo 13. Material gráfico utilizado por varias instituciones en campañas de prevención de embarazos adolescentes.	159
Bibliografía y trabajos citados	163

Índice de tablas y de ilustraciones

Tabla 1 Esquema de modelación de conductas por medio de información, educación y comunicación. (Beltrán, La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes 51)	19
Tabla 2 Evolución del uso de métodos anticonceptivos. Fuente: ENDEMAIN 2004.....	24
Tabla 3 Los ocho estadios psicosociales de Erikson.....	37
Tabla 4 Análisis Neurosky spot 1	
Tabla 5 Análisis Neurosky spot 2	
Tabla 6 Análisis Neurosky spot 3	89
Tabla 7 Análisis Neurosky spot 4	
Tabla 8 Evaluación global de spots publicitarios	
Ilustración 1 Comparativo Edad, instrucción con uso de métodos anticonceptivos	24
Ilustración 2 Portada de la página web de sexualidad sin misterios. ENIPLA	32
Ilustración 3 Página capturada del resumen de la ENIPLA.....	33
Ilustración 4 Técnicas de insights Fuente: Consumer-Insights.com.pe	59
Ilustración 5 Participantes del grupo focal realizando ejercicio "Albanta"	65
Ilustración 6 Aspectos prioritarios de las adolescentes que no son madres	66
Ilustración 7 Atributos que las adolescentes dan a "La Madre"	69
Ilustración 8 Collage de imágenes de adolescentes (técnica proyectiva para identificar percepciones de las relaciones de pareja)	73
Ilustración 9 Valores prioritarios de las adolescentes participantes en la investigación.....	74
Ilustración 10 Collage análisis spots campañas aplicando Neurosky.....	77
Ilustración 11 Pantalla capturada programa Neurosky	78
Ilustración 12 Logotipo campaña "Por el derecho a una sexualidad con sentido"	80
Ilustración 13 Publicidad de la campaña "El embarazo es cosa de dos"	83
Ilustración 14 Imagen de la campaña "El control de tu vida lo tienes tú"	87
Ilustración 15 Collage de los segundos que más atención atrae en las adolescentes	89
Ilustración 16 Logotipo de la campaña "Yo pongo condón"	90
Ilustración 17 El Universo 18 de marzo de 2012	156
Ilustración 18 El ciudadano 26 de febrero de 2012	157
Ilustración 19 El telégrafo 24 de febrero de 2012	158
Ilustración 20 Impreso del proyecto CERCA para publicitar sus labores	159
Ilustración 21 Tríptico informativo proyecto CERCA 1.....	160
Ilustración 22 Tríptico informativo proyecto CERCA 2.....	161
Ilustración 23 Material impreso varias instituciones	162

Introducción

En nuestro país existe muy poca información concerniente a la metodología que utilizan las campañas de educación sexual y planificación familiar. Sobre todo, al reconocer las consecuencias de esta falta de logros alcanzados como es el caso del embarazo en adolescentes, hecho que se considera en la actualidad como un problema de salud pública que va en aumento. Debido a esta falta de datos, se torna difícil para el comunicador ubicar e identificar los factores que intervienen en el poco éxito de las campañas.

Un comunicador social no es un mero expectante de lo que sucede en el mundo, es un observador crítico y un planificador constante que trabaja por encontrar soluciones a los distintos problemas sociales de su entorno. Por tales razones, el comunicador utiliza todas sus herramientas teóricas y prácticas para diagnosticar, planificar y ejecutar campañas o planes de comunicación, para elaborar soportes atractivos dirigidos a su público objetivo, todo, con tal de intentar conseguir un cambio conductual o de hábitos mal habidos, o de persuadir para prevenir posibles riesgos, como en este caso de estudio, el de prevenir embarazos en adolescentes.

Esta investigación estará orientada a plantear una posible estrategia que se sumará a otras para la resolución a esta problemática. La investigación parte de varias premisas; primero, se realizará una investigación documental sólida para implementar una base conceptual que dará soporte al resto de la investigación, también se determinarán los organismos involucrados en el país, enfocando lo que se hace en la actualidad para resolver la problemática.

En el segundo capítulo se realizará una investigación cualitativa utilizando diversas metodologías, herramientas y técnicas, con la finalidad de identificar la identidad por valores del público meta, de esta manera contar con ideas claras para realizar mensajes que pueden ser considerados insights con los que se pueden planificar campañas efectivas al ser más emotivas e informativas, se podrá trabajar en contenidos

más reales y cercanos. Se utilizará a la neurociencia aplicada al marketing para medir la atención y el atractivo emocional de spots de campañas de prevención de países con patrones socio-culturales parecidos al nuestro, y así determinar qué valores presentes en el mensaje causaron mayor atención o emotividad. El desarrollo de esta investigación tendrá lugar en la ciudad de Cuenca.

Hipótesis

Las campañas elaboradas con mensajes basados en la identidad por valores de las mujeres objeto de estudio tienen un mejor desempeño en atención y atractivo emocional, por lo tanto son más efectivas.

Objetivo General

- Determinar cómo se debería plantear la identidad por valores como metodología de elaboración de mensajes para una campaña de prevención del embarazo adolescente.

Objetivos Específicos

- Dar un soporte teórico y conceptual a la investigación.
- Realizar el análisis de homólogos, describiendo algunas campañas afines en otros lugares del mundo.
- Conocer en parte las metodologías utilizadas en campañas anteriores en la ciudad de Cuenca.
- Evaluar las piezas utilizadas en sus propuestas.
- Describir la identidad por valores de las adolescentes que pertenecen al segmento de estudio en la ciudad de Cuenca.

- Identificar los insights para el segmento de campañas de Prevención del Embarazado Adolescente.
- Evaluar las piezas creadas con mensajes elaborados a través de los insights obtenidos en la investigación basada en la metodología de la identidad por valores.

Metodología

Los métodos que se emplearán para recabar información son los siguientes:

1. Investigación bibliográfica y documental, fuentes secundarias.
 - a. Es importante dar a conocer los conceptos en los cuales se fundamentan las Campañas de Prevención de Embarazos en Adolescentes, como lo afirma Carlos A. Sabino “(...) en las carreras humanísticas el trabajo de tipo documental es insustituible, a veces realmente decisivo”. (115)
 - b. Las fuentes secundarias aportan datos interesantes para una investigación, aportan credibilidad y congruencia a la misma, la recolección de dicha información ocupa menos tiempo y gasta menos recursos que obtener fielmente datos primarios, su importancia radica en la riqueza que contribuye a la investigación. En este caso de estudio consistiría en datos estadísticos, información externa e interna de los organismos involucrados en el estudio. Para el análisis de pares, es decir de campañas realizadas de prevención del embarazo en adolescentes, se utilizarán fuentes secundarias donde obtener información y poder realizar un análisis sobre las estrategias utilizadas en la presentación de mensajes.

Hair, Bush y Ortinau en su libro Investigación de Mercados aclaran lo que consiste una recopilación de datos secundarios “simplemente es localizar la

fuentes apropiadas, extraer los datos necesarios y tomar lo que convenga para el objetivo de la investigación” (97)

2. Investigación cualitativa, fuentes primarias.

a. Con el objetivo de indagar percepciones y sentimientos en torno a la problemática se realizarán ocho entrevistas etnográficas en profundidad aplicadas al público objetivo: adolescentes de 15 a 19 años de edad, cuatro entrevistas a adolescentes que han sido madres y cuatro a las que aún no lo son. Las adolescentes pertenecen a un estrato socio económico bajo y medio bajo.

i. Se trabajará con técnicas proyectivas para determinar la identidad por valores del grupo objeto de estudio identificando primero sus valores prioritarios.

ii. Se acompañará a la persona en sus actividades diarias, indagando en su contexto familiar, de pareja y social.

iii. Entrevistas que se realizarán en visitas a sus hogares o centro de estudios.

iv. Las mismas se realizarán con una guía de trabajo previa, revisada por un psicólogo experto en el manejo de técnicas proyectivas.

b. Grupos focales

i. Al presentar el diseño de tesis se consideró realizar cuatro grupos focales, segmentados en madres adolescentes de estrato bajo y medio bajo; y adolescentes que aún no son madres de estratos bajo y medio bajo. Sin embargo, en el momento de realizar el primer grupo focal en el Colegio Antonio Ávila se pudo observar que no era la herramienta cualitativa adecuada.

Se consideró a la entrevista etnográfica en profundidad como mejor metodología, debido a que las adolescentes profundizan más en el tema de la sexualidad cuando están solas. En un grupo focal están cohibidas, se sienten observadas, se dejan influir por sus compañeras.

- ii. El grupo focal se realizó con una guía de trabajo previa, revisada por la psicóloga colombiana experta en el manejo de técnicas proyectivas, Mónica Forero¹.

¹ Psicóloga Mónica Forero, especialista en estudios culturales, semiótica, programación neurolingüística, investigación cualitativa. Trabaja actualmente en la consultora colombiana "Total Marketing Group".

Capítulo I

Marco Teórico

Introducción

En este capítulo se pretende conceptualizar a la comunicación como una herramienta al servicio de la salud sexual y reproductiva, para promocionar una orientación preventiva frente al embarazo en adolescentes. Al determinar las definiciones de comunicación y salud, y de salud sexual y reproductiva, se puede entender la base conceptual en la que se fundamentan las campañas de planificación familiar y de educación sexual.

La problemática que envuelve al embarazo en adolescentes es extensa y difícil de abarcar en una sola investigación, aquí se presentan diversos datos estadísticos que argumentan y dan soporte a la problemática. La información que se exhibe sobre las consecuencias de un embarazo adolescente ha sido obtenida a través de la investigación documental y de la recopilación de datos en fuentes secundarias.

Este capítulo realiza un repaso a las relaciones y diferencias existentes entre comunicación, información y educación, repaso importante para realizar una planificación estratégica efectiva al servicio de la salud preventiva, y así intentar disminuir los embarazos en adolescentes. También se analiza cómo ha evolucionado la salud sexual y reproductiva, pasando de la planificación familiar como un tópico en el área de la salud, a la importancia que se le da a la educación sexual en el sistema educativo, tema presente en la Constitución del Ecuador. Se da a conocer a los organismos Internacionales y nacionales a cargo de la planificación y ejecución de programas sobre salud sexual reproductiva, conjuntamente con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a nivel mundial, como un repaso a la normativa, leyes, reglamentos y planes nacionales que tratan sobre la problemática.

Como objeto de estudio en la investigación se tiene a la adolescente que es madre y a la que aún no lo es, por tal razón es fundamental determinar qué es la adolescencia, sus etapas y sus contextos psicológicos y sociales; se presentan conceptos sobre la sexualidad en el adolescente y se adentra en las consecuencias de diversa índole que conlleva un embarazo en la adolescencia.

Dentro de la temática de investigación se tiene a los valores, en este capítulo se da a conocer sus definiciones según diversos autores, las escalas de valores y lo más importante, el uso actual que se le da a la metodología de la educación con valores y el marketing para un uso social ligado a programas que intentan influir en los comportamientos o conductas; muchos de los programas realizan campañas sociales, de manera concreta se define lo que es una campaña.

El Capítulo termina con una presentación del aporte teórico y metodológico que se obtendrá de la neurociencia y del neuromarketing, para la medición de atención y atractivo emocional utilizando el NeuroSky, que es un sistema de neuroinvestigación que evalúa la respuesta cerebral del público de estudio frente a la publicidad, y neurosensores, que perciben las diversas reacciones del cerebro humano. Se hará un repaso final de lo que es un insight publicitario y cómo se construye; de tal manera que se identifique si se deben incluir componentes que contengan mayor atención o mayor emotividad en cada uno de los mensajes que se construirán para una campaña de prevención del embarazo adolescente.

1.2. Comunicación y salud

La comunicación juega un rol importante en el desarrollo de una sociedad, a través de sus diversos medios democratiza la información y facilita el acceso al conocimiento de los asuntos vinculados con la salud.

Luis Ramiro Beltrán Salmón², en su ensayo Comunicación para la salud del pueblo, define así a la comunicación para la salud:

En un sentido general e ideal, la comunicación para la salud consiste de la aplicación, planificada y sistemática, de instrumentos de comunicación social al logro de comportamientos de la población compatibles con sus necesidades de bienestar y con las finalidades de servicio expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública. (35)

A más de utilizar los instrumentos de la comunicación es necesario enfatizar en la relación existente con la educación para reforzar los propósitos con el fin de lograr un cambio en el comportamiento de la sociedad en los planes de salud pública.

Raúl Choque Larrauri³, en su manifiesto Comunicación y Educación para la promoción de la salud parte de la importancia de la relación de educar, informar y explicar la comunicación para la salud proporcionando a individuos y comunidades las ventajas y recursos necesarios para mejorar su calidad de vida. Conceptualiza a la comunicación para la salud como:

...el proceso social, educativo y político que incrementa y promueve la conciencia pública sobre la salud, promueve estilos de vida saludables y la acción comunitaria a favor de la salud, brindando oportunidades y ofreciendo a la gente poder ejercer sus derechos y responsabilidades para formar ambientes, sistemas y políticas favorables a la salud y al bienestar (7)

La comunicación para la salud es un elemento importante en la consecución de un mayor empoderamiento del cuidado de la misma en la sociedad; al considerar al embarazo en la adolescencia como un problema de salud pública se debe mencionar que

² Luis Ramiro Beltrán Salmón. Consejero Regional del Centro para Programas de Comunicación de la Universidad Johns Hopkins, con sede en La Paz, Bolivia.

³ Raúl Choque Larrauri. Licenciado en Educación, Diplomado en Capacitación en Salud. Máster en Comunicación y Educación y en Gerencia de Proyectos y Programas Sociales.

como nunca antes se tienen altas expectativas en las capacidades de la comunicación para batallar el problema y reforzar la fase de prevención. Se debe confiar en la información, la comunicación y educación para el desarrollo en la modelación multitudinaria de conductas.

1.2.1. Información, comunicación y educación. Lo importante de diferenciar funciones.

Es importante pensar en la información, comunicación y educación como funciones dentro de la comunicación para la salud. A pesar de que se suele utilizar a las tres como si fueran iguales, no lo son. Sus diferencias radican en los propósitos principales a los que sirven, en los canales que usualmente emplean, en los públicos a los que se dirigen y las principales competencias a las que se deben cada una.

Beltrán en su ponencia⁴ La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes aclara el papel de cada una de estas funciones en el siguiente esquema de modelación de conductas por medio de la información, educación y comunicación.

⁴ La ponencia de Beltrán forma parte de la recopilación de las Conclusiones de la Reunión del Comité Asesor sobre Políticas de Comunicación Social en los Ministerios de Salud Pública para la Promoción de la Salud. Evento organizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) en 1993.

FUNCIONES	PROPÓSITOS PRINCIPALES A LOS QUE SIRVEN	CANALES QUE USUALMENTE EMPLEAN	PÚBLICOS A LOS QUE SE DIRIGEN	PRINCIPALES COMPETENCIAS REQUERIDAS*
INFORMACIÓN**	Crear un clima general propicio. Divulgar conocimientos. Forjar actitudes.	Medios de contacto impersonal, masivo y a distancia. Teléfonos. Correo	General. Líderes de opinión. Forjadores de decisiones sobre asuntos de interés colectivo.	Periodismo. Publicidad. Relaciones públicas. Encuestas de opinión pública. Mercadeo social.
EDUCACIÓN	Impartir orientaciones y destrezas.	Recursos de contacto impersonal, formal y presencial en aula.	Maestros. Estudiantes de primaria y secundaria. Estudiantes de universidades e institutos de salud. Funcionarios del sector salud (médicos, enfermeras, etc.)	Pedagogía. Psicología educativa. Técnicas de contacto individual. Dinámicas de grupo.
COMUNICACIÓN	Divulgar conocimientos. Forjar actitudes. Inducir prácticas.	Medios de contacto impersonal, masivo y a distancia. Recursos de contacto interpersonal y presencial fuera del aula no formal.	Individuos, grupos y masas de interés como beneficiarios de programas.	Principios de comunicación para el desarrollo. Técnicas de contacto individual, de grupo y de masas. Antropología cultural. Psicología social.

Tabla 1 Esquema de modelación de conductas por medio de información, educación y comunicación. (Beltrán, La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes 51)

*Una competencia debe ser exigible por igual para especialistas a cargo de cada una de las tres funciones: la de programación, entendida como el conjunto de destrezas de investigación, planteamiento, prueba, fiscalización, evaluación y ajuste para la producción y distribución de mensajes.

**Este término también se aplica en instituciones y empresas al control de documentos científicos y al procesamiento electrónico de datos. Sin duda esas son otras funciones comunicativas pero no corresponden –sino acaso como apoyo logístico- al proceso de IEC. (Información, Educación y Comunicación)

Por estas razones no se puede pedir que un solo profesional trabaje en un programa de modelación de conductas para prevenir el embarazo en adolescentes, como es el caso de este estudio.

Es entonces importante indicar que se debe dar a cada especialista su función, al educador el desarrollo de capacitaciones formales, la elaboración de contenidos para paquetes educativos e instructivos, que a su vez serán reforzados por la comunicación y la información. Al profesional de la información le tocaría sensibilizar y activar la opinión pública, impulsar la movilización social. Sobre el papel del comunicador, Beltrán enfatiza lo siguiente “los especialistas en comunicación parecen ser los más calificados para brindar educación no formal a distancia o en forma presencial pero extramural. Lo son también para fomentar la animación comunal y la participación popular” (52). También hace referencia a que en nuestros países latinoamericanos resulta inevitable distinguir estas funciones para cada especialista, pero revela que si no se toman en cuenta las aptitudes mayores de cada uno, las confusiones pueden ser indeseables y costosas.

Es así que se deduce que uno de los problemas existentes para la consecución de objetivos de las campañas realizadas en materias sobre educación sexual sea esta confusión de pretender que un especialista maneje todas las temáticas. Eso sumado a la falta de recursos económicos y a las políticas inestables en el área pueden ser las causantes del poco éxito de las campañas.

1.3. Salud Sexual y Reproductiva (SSR)

Es importante conocer la diferencia y similitud con las que son tratadas la “salud sexual” y la “salud reproductiva”. La Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la salud sexual de la siguiente manera:

Salud sexual es un estado de bienestar físico, emocional, mental y social relacionado con la sexualidad; no es meramente la ausencia de enfermedad, disfunción o debilidad. La salud sexual requiere un acercamiento positivo y respetuoso hacia la sexualidad y las relaciones sexuales, así como la posibilidad de obtener placer y experiencias sexuales seguras, libres de coerción, discriminación y violencia. Para que la salud sexual se logre y se mantenga los derechos sexuales de todas las personas deben ser respetados, protegidos y cumplidos. (OMS, Humboldt-Universität zu Berlin. Archivo de sexología. La definición de salud sexual)

En la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo celebrada en El Cairo en 1994⁵, la salud reproductiva fue definida por la OMS de la siguiente manera:

La salud reproductiva es un estado general de bienestar físico, mental y social, y no de mera ausencia de enfermedad o dolencias, en todos los aspectos relacionados con el sistema reproductivo y sus funciones y procesos. En consecuencia, la salud reproductiva entraña la capacidad de disfrutar de una vida sexual satisfactoria y sin riesgos de procrear, y la libertad para decidir hacerlo o no hacerlo, cuándo y con qué frecuencia. Esta última condición lleva implícito el derecho del hombre y la mujer a obtener información y de planificación de la familia de su elección, así como a otros métodos para la regulación de la fecundidad que no estén legalmente prohibidos, y acceso a métodos seguros, eficaces, asequibles y aceptables,

⁵ Fondo de Población de las Naciones Unidas. Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo. El Cairo: FNUAP; 1994.

el derecho a recibir servicios adecuados de atención de la salud que permitan los embarazos y partos sin riesgos y den a las parejas las máximas posibilidades de tener hijos sanos. (OMS 4)

Se entiende entonces que la salud sexual y la salud reproductiva van de la mano y han evolucionado sus conceptos para trabajar en un objetivo común, que en conclusión es el de permitir a los hombres y a las mujeres disfrutar de una vida sexual responsable, satisfactoria y segura, ayudando a la vez a entender la capacidad y libertad de decidir si se tiene hijos, cuándo y con qué frecuencia.

1.3.1. Objetivos mundiales y realidades mundiales sobre la SSR

En el año 2000 la Organización de las Naciones Unidas celebró la “Cumbre del Milenio” donde se plantearon varios Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), los mismos fueron adoptados por 189 países. “Los objetivos ofrecen un nuevo marco institucional para evaluar los progresos realizados hacia el desarrollo sostenible y la eliminación de la pobreza”. (OMS 4) En estos se recogen aspectos fundamentales para la mejora de la salud reproductiva a nivel global. De los ocho objetivos, tres están directamente vinculados con la salud reproductiva: Mejorar la salud materna, reducir la mortalidad y combatir el VIH/SIDA. Mientras que cuatro guardan una estrecha relación con la temática de esta investigación, ya que son consecuencias transversales derivadas de embarazos no deseados, entre otros problemas sociales que tienen que ver con la salud, incluida la salud reproductiva: Erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer, y garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.

1.3.2. ODM en el Ecuador

El Ecuador se sumó al desafío para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), para lo cual se estableció en el año 2006 el fondo ODM (F-ODM) que es un

mecanismo de cooperación internacional destinado a acelerar el progreso hacia el logro de los ODM en todo el mundo. (UNDP)

La ODM del Ecuador en el año 2008 presentó el II Informe Nacional de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de este informe se extrae la siguiente información útil para esta investigación:

El quinto objetivo ODM es: “Mejorar la salud materna” en la cual se involucra a la Salud Sexual y Reproductiva de manera integral. Para cumplir con este objetivo se trazó la meta de “Reducir, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna en tres cuartas partes”. El Plan Nacional para la Reducción de la Mortalidad Materna asegura que ésta es totalmente evitable y la clave para su reducción radica en ofrecer tratamiento oportuno, eficaz y accesible a sus principales complicaciones y factores determinantes.

El control prenatal es un factor importante para la reducción de la mortalidad materna. Lo precoz o temprano del primer control prenatal tiene una relación directa con variables como la edad de la madre, su nivel de educación y el quintil de pobreza. Mientras mayor es el nivel educativo de la madre, mayor es su edad, menor su nivel de pobreza y mayor es la precocidad en la demanda de control prenatal. (Gobierno Nacional 183) Por lo general una madre adolescente no suele realizar controles prenatales hasta un avanzado estado de embarazo.

En cuanto al uso de métodos para anticoncepción, el informe indica que se considera que la anticoncepción es parte de los determinantes fundamentales en el comportamiento de la fecundidad y el control de los riesgos reproductivos. En el país, la Encuesta Demográfica y de Salud Materna e Infantil ENDEMAIN, realizada por el Centro de Estudios de Población y Desarrollo Social (CEPAR) señala que en el año 2004, el 72,7% de mujeres casadas y unidas de 15 a 49 años de edad usaba algún método anticonceptivo. Este valor es sensiblemente superior al 33,6% registrado en 1979 y al 56,8% del año 1994.

Evolución del uso de métodos anticonceptivos en mujeres entre 15-49 años	
Año en que se realiza el estudio	Porcentaje de mujeres entre 15 a 49 años unidas o casadas que usan algún método anticonceptivo.
1979	33,6%
1994	56,8%
2004	72,7%

Tabla 2 Evolución del uso de métodos anticonceptivos. Fuente: ENDEMAIN 2004

Por otra parte, el uso de anticonceptivos es mayor cuando mayor es el nivel de educación y en las mujeres entre los 30 y 39 años de edad.

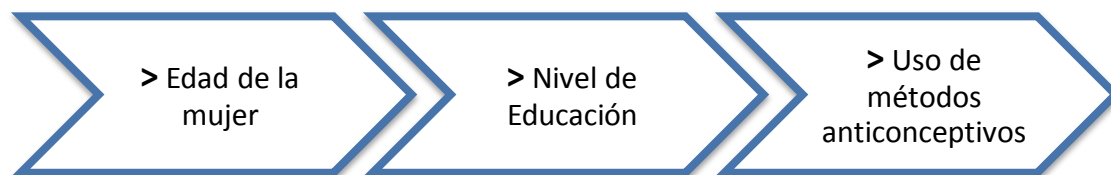


Ilustración 1 Comparativo Edad, instrucción con uso de métodos anticonceptivos

Dentro de las políticas de salud materna y reducción de la mortalidad materna en el Ecuador se cuenta con las siguientes: Ley de Maternidad Gratuita y Atención a la Infancia, Plan Nacional para la Reducción de la Muerte Materna, Política y Plan de Acción de Salud y Derechos Sexuales y Reproductivos; donde se pueden encontrar objetivos más puntuales para este estudio, entre los cuales están: ampliar los servicios de salud a adolescentes, involucrar la participación de los hombres en la salud y los derechos sexuales reproductivos, entre muchos derechos más se destaca el de priorizar los planes de reducción de la muerte materna, el aborto y el embarazo no deseado.

Se cuenta también en el país con el Proyecto de Atención Integral de Salud de la Mujer y la Pareja, en el mismo se indica que la educación y la oferta de servicios de salud, no contemplan la orientación adecuada dirigida hacia mujeres y hombres según sus necesidades para el cuidado de la salud y la maternidad y paternidad responsables; falencia agravada por la falta de educación sexual, información, protección y servicios relacionados con el inicio menos adecuado de la actividad sexual, embarazos antes de los 18 años, embarazos no deseados que concluyen en abortos clandestinos o incapacidad para cuidar a los hijos. Lo cual aumenta ostensiblemente la mortalidad y morbilidad materna, perinatal y de la niñez. Los riesgos de embarazo en los y las adolescentes, el agotamiento por embarazos muy seguidos, las cargas de trabajo físico intenso, el riesgo del parto antes de los 18 y después de los 35 años, la multiparidad, el alto índice de abortos en condiciones de riesgo y sin asistencia médica son condiciones asociadas directamente con la dificultad que tienen las mujeres de tomar decisiones con respecto a su sexualidad y reproducción, falta de acceso a la información y a servicios de anticoncepción, falta de acceso a los avances tecnológicos. Se debe considerar al marco legal, que tipifica a la interrupción del embarazo como un delito, excepto los dos causales muy limitados que contiene el Código Penal. Por estas razones, la interrupción del embarazo en condiciones de riesgo en el Ecuador constituye un problema de salud pública y de justicia social, ya que contribuye a la mortalidad materna y a la morbilidad femenina. (176-200)

La ODM en Ecuador continúa día a día en su lucha para avanzar en su propósito, a pesar de los problemas con los que se encuentra, que van desde la falta de información establecida en datos estadísticos, hasta problemas más complejos dentro de la cultura, situación económica, educación, entre otros. Las metas que se han propuesto para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio avanzan y el informe que presentan lo confirma.

El desafío consiste ahora en formular estrategias novedosas que tengan por objeto asegurar la accesibilidad a los servicios de salud para las personas que más lo

necesitan como son los adolescentes, de modo que se puedan alcanzar los objetivos internacionales.

1.3.3. Salud Sexual y Reproductiva en el Ecuador

Varias son las fuentes que unen a la SSR con la Planificación Familiar, y es que la una y la otra dependen entre sí, es más, en el Ecuador se iniciaron programas de planificación familiar antes de que se considere la SSR como un eje transversal entre diversas áreas.

Paolo Marangoni en su obra La ruta hace un repaso a la historia para entender la situación de la planificación familiar en el país, indica que la misma nació en el año de 1965 y se basó en tres serios estudios en que se pusieron de manifiesto una tensión importante en el ámbito familiar motivada por un exceso de hijos no deseados, que se complementaba con la frustración frente a las aspiraciones no alcanzadas en el ámbito social y económico. (275)

Ecuador es un país densamente poblado. En el portal web de El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) se indica la densidad poblacional en el Ecuador, la misma es de aproximadamente 50 hab/km². Ecuador es el de mayor densidad poblacional en América del Sur. (Datos informativos del Ecuador)

El portal de datos estadísticos “Word by map”, ubica a Ecuador en el puesto 65 de 239 países, en densidad poblacional; con un porcentaje más exacto de 53.4 hab/km². (map) Dato que se suma a la problemática que representa el continuo aumento de embarazos adolescentes; según datos del último Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) el embarazo en menores de 14 años se incrementó en un 74% durante la última década, mientras que subió en un 9% en las mayores de 15 años.

El Ecuador a más de ser un país densamente poblado, es un país en vías de desarrollo, a pesar de que la pobreza en el Ecuador bajó 4.8 puntos entre 2006 y 2010

según datos publicados por el INEC, el incremento de embarazados adolescentes es “la puerta a la pobreza” como indica el Dr. Bernardo Vega Crespo, director en Cuenca del programa CERCA por sus siglas en inglés (Community - Embedded Reproductive Health Care for Adolescents) traducción: Cuidado de la Salud Reproductiva para Adolescentes Enmarcado en la Comunidad, indica además que “por cada hijo que tiene una mujer se reduce la posibilidad de estudio en dos años, por cada dos hijos que tiene una mujer se reduce el ingreso familiar en un 30%” ⁶

EL UNFPA en Ecuador tiene establecido un programa para contribuir a reducir la pobreza centrándose en la salud sexual reproductiva, la población y el desarrollo y la potenciación de la mujer, así como al logro de las Metas y Objetivos de Desarrollo del Milenio. El programa, que se basa en las experiencias adquiridas y las lecciones aprendidas de programas anteriores, busca reforzar la educación, la información y los servicios en salud sexual y reproductiva para facultar a la población a ejercer sus derechos sexuales y reproductivos. Las mujeres, los jóvenes y la población indígena son los principales destinatarios del programa.

1.4. Educación Sexual en adolescentes. Marco Normativo

Con respecto a los adolescentes, UNFPA, en apoyo al Ministerio de Educación y Culturas, ha implementado el Programa Nacional de Educación de la Sexualidad y el Amor, PRONESA. El programa imparte educación sexual en los centros educativos del país. Los frutos se hacen presentes como lo aclara un artículo de Diario Hoy publicado el 23 de marzo de 2011, “Educación sexual, sin metodología” alega que “Según datos del Ministerio de Educación, desde que apareció PRONESA el 36 por ciento de los estudiantes a nivel nacional ha recibido capacitación sobre educación sexual, es decir un millón de alumnos”. (hoy.com.ec)

⁶ Entrevista realizada al Dr. Bernardo Vega C., el 15 de julio de 2012 en las oficinas de CERCA. Universidad de Cuenca.

La normativa para impartir educación sexual en centros educativos comienza en 1998 cuando se crea la Ley de Educación de la Sexualidad y el Amor. En sus inicios a la iniciativa se le llamó Plan Nacional de Educación para la Sexualidad y el amor (PLANESA), creada en el año 2000; y es en el 2003 que cambia el nombre a PRONESA.

La institucionalización de la educación sexual en los establecimientos educativos se da a partir del 2006. En el 2007, el plan de acción integral prohíbe la expulsión de las alumnas en estado de embarazo. (Documento de sistematización del taller de socialización.)

El Ecuador cuenta con un amplio marco normativo que se plasma en documentos legales, tales como: Constitución, códigos, convenios, tratados nacionales e internacionales. Todos a más de velar por los derechos de sus ciudadanos, lo hacen por el desarrollo integral de la niñez y la adolescencia. La Educación Sexual está incluida en el marco normativo nacional.

En la Constitución Política de la República del Ecuador del año 2008, algunos artículos hacen referencia a la cultura, familia, educación, sexualidad y adolescencia. Estos están presentes en los siguientes capítulos:

- Capítulo Segundo: Derechos del buen vivir. Sección Cuarta: Mujeres Embarazadas.
- Capítulo Sexto: Derechos de libertad.

El Ecuador cuenta con el Código de la Niñez y Adolescencia del año 2003, en donde están estipulados varios artículos que hablan de los derechos y deberes con y hacia los adolescentes. También las siguientes leyes y reglamentos hacen énfasis especial en aspectos referentes al tema de investigación:

- Ley de Maternidad Gratuita y Atención a la Infancia (LMGYAI)
- Reglamento a la Ley de Maternidad Gratuita
- Ley Orgánica de Salud.
- Ley contra la Violencia a la Mujer y a la Familia

- Ley de la Juventud.
- Ley sobre la Educación de la Sexualidad y el Amor.
- Plan Nacional para la Educación de la Sexualidad y el Amor
- Programa Nacional de Educación de la Sexualidad y el Amor.
- Reglamento Especial de Procedimientos y Mecanismos Sexuales en el Sistema Educativo.
- Plan Decenal de Educación 2006-2015
- Plan Nacional Decenal de Protección Integral a la Niñez y Adolescencia 2004-2014
- Instituciones Gubernamentales y No Gubernamentales
- La Estrategia Intersectorial de Prevención del Embarazo Adolescente y Planificación Familiar (ENIPLA)

En la ciudad de Cuenca se encuentran algunas instituciones que directa o indirectamente trabajan con adolescentes en el área de la Salud Sexual y Reproductiva.

- Ministerio de Educación
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)
- Ministerio de Salud Pública (MSP)
- Municipio de Cuenca: Casa de la Juventud
- Consejo Cantonal de la Niñez y la Adolescencia
- Vicaría de Educación: Arquidiócesis de Cuenca
- APROFE (Asociación Probienestar de la Familia Ecuatoriana)
- Fundación SENDAS
- Fundación Pájara Pinta
- Proyecto CERCA
- Red Nacional por los Derechos Sexuales y Reproductivos de los Jóvenes del Ecuador (RNJ) (Jerves, Estado del arte de la educación sexual en adolescentes. Promoción de la salud sexual en adolescentes. 38-55)

Toda esta información sobre la normativa y sobre las relaciones transversales de las instituciones nombradas, se ha tomado del Estado del Arte de la Educación Sexual en Adolescentes, dentro de la Promoción de la Salud Sexual en Adolescentes. Proyecto de la Universidad de Cuenca y del Programa VLIR-IUC (Vlaamse Interuniversitaire Raad)

1.4.1. La Estrategia Intersectorial de Prevención del Embarazo Adolescente y Planificación Familiar (ENIPLA)

Luego de que el UNFPA publicase los datos en los que se da a conocer que el Ecuador es el segundo país de Latinoamérica después de Venezuela con la tasa más alta de embarazos adolescentes, el sector civil y el gubernamental deciden priorizar la problemática (Ecuador). Es en el año 2007 cuando los ministros de salud de la región andina firman una resolución en la que se indica que las consecuencias del embarazo no planificado en adolescentes es un problema de salud pública, se declaran como prioritarios los planes para su prevención.

En el país se decide conformar en el año 2008 el Comité Interinstitucional de Prevención del Embarazo Adolescente (CIPEA) conformado por los titulares o los delegados de los siguientes Ministerios: Salud Pública, Educación, Inclusión Económica y Social y la Coordinación de Desarrollo Social. Este comité está presidido por el Ministerio de Salud. Además forman parte del CIPEA los Consejos Nacionales de la Niñez y la Adolescencia (CNNA), de la Mujer (CONAMU) y de Salud (CONASA), un representante de las organizaciones de adolescentes y jóvenes actuantes en el país, la Coordinadora Política Juvenil (CPJ) y la Coordinadora Ecuatoriana para el Accionar Juvenil (CEPAJ), y organismos de cooperación internacional UNFPA, OPS, UNICEF, PLAN y CARE. (Gutiérrez 8)

El CIPEA con los demás organismos elaboran el Plan Nacional de Prevención del Embarazo en la Adolescencia, que es el que se ejecuta desde 2008. Como objetivo nacional se establece reducir en un 25% los embarazos en adolescentes, desde julio de 2007 (cuando se firma la resolución) hasta el 2010. Algunos medios de comunicación entre ellos diario El Universo, publica el 18 de marzo de 2012 un reportaje completo “Una

nueva promesa para bajar tasa de maternidad adolescente” en el cual indica que este objetivo, de reducir un 25%, no llega a cumplirse, el incremento de embarazos en este segmento de la población continúa siendo un problema, por tal razón El Gobierno Nacional solicita se elabore el diseño para la Estrategia Intersectorial de Prevención del Embarazo Adolescente y Planificación Familiar (ENIPLA) El diseño culminó en julio de 2011 y está vigente desde febrero del 2012. (Diario El Universo 10-11)

El Ministerio de Salud Pública (MSP) en coordinación con los Ministerios de Educación, Inclusión Económica y Social (MIES) y Coordinador de lo Social, con apoyo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, la Sociedad Civil y la ciudadanía implementa la Estrategia Nacional Intersectorial de Planificación Familiar – ENIPLA.

El documento para periodistas que elaboró el ENIPLA es un resumen de toda la estrategia, de este se cita el campo de acción de la ENIPLA.

La ENIPLA es una acción del Estado para garantizar los derechos, en particular los derechos sexuales y derechos reproductivos, y en este marco, el acceso real y efectivo a servicios integrales de salud sexual y reproductiva. En éstos se brindará educación, consejería en sexualidad y planificación familiar. Es prioritario también para la ENIPLA la transformación de patrones socioculturales relacionados con la sexualidad y la planificación familiar, con el objetivo de que los hombres se involucren y corresponsabilicen en la salud sexual y salud reproductiva. Los cambios socioculturales se fomentarán en los ámbitos personal, familiar, comunitario, así como en los prestadores y decisores de políticas del Sistema Nacional de Salud. La ENIPLA promoverá el acceso y permanencia de las mujeres en el sistema educativo como un factor protector frente a embarazos no planificados. El derecho de las personas a decidir sobre su vida reproductiva, es un derecho humano que debe ser un ejercicio libre, informado, voluntario y responsable enmarcado en los postulados de la Constitución y el Buen Vivir. (Ministerio de Salud Pública. ENIPLA)

La campaña a nivel nacional que tiene planificada la ENIPLA lleva como slogan:

- Habla serio, sexualidad sin misterios.

Está presente en medios digitales, internet, redes sociales. A día de hoy la página web aún no está en funcionamiento, tal como se puede ver en la siguiente ilustración.



Ilustración 2 Portada de la página web de sexualidad sin misterios. ENIPLA

En el reportaje de diario El Universo consta una entrevista realizada a Ximena Abarca, encargada del diseño de la ENIPLA y actual consultora independiente, en esta afirma que la diferencia para que la ENIPLA tenga más posibilidades de conseguir reducir la tasa de embarazos adolescentes radica en que ahora hay una dirección desde el ministerio coordinador de desarrollo social, otra ventaja es su carácter intersectorial “hay componentes relacionados con los servicios de la salud, la educación de la sexualidad, la participación de los padres de familia, profesores y los adolescentes; abarca el cambio de los patrones culturales”. (11)

Lo más interesante que marca la ENIPLA con esta investigación es:

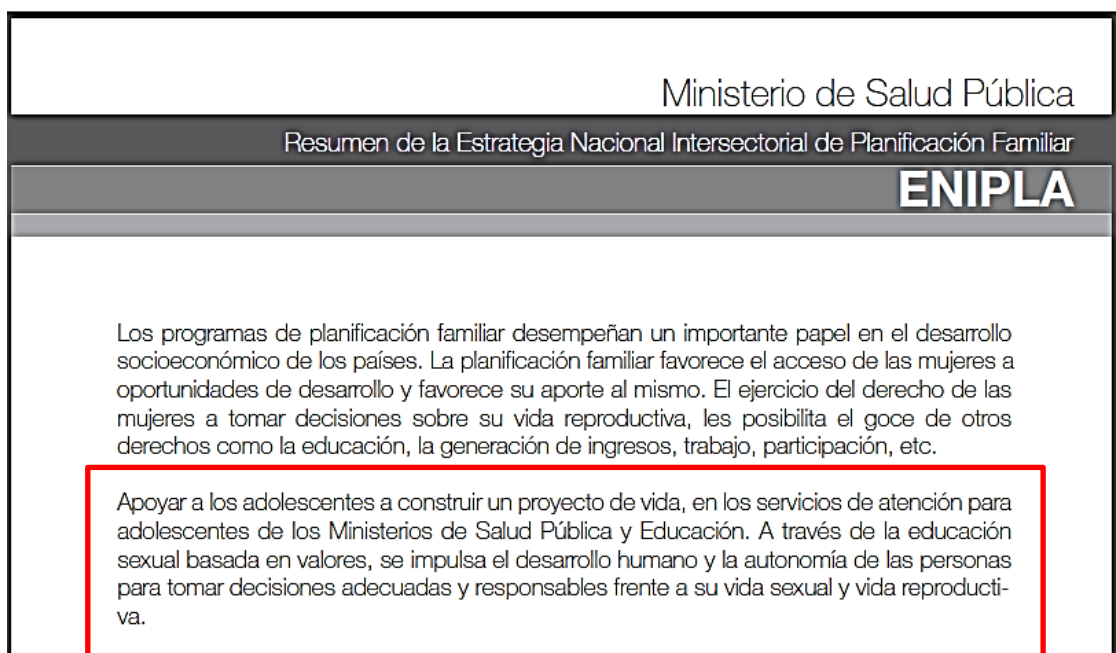


Ilustración 3 Página capturada del resumen de la ENIPLA

Educación sexual basada en valores, si se aporta con esta investigación en elaborar mensajes en los que se reflejen la identidad por valores del público objetivo se trabajará conjuntamente con el lineamiento de la ENIPLA.

1.5. Conceptos generales de la adolescencia y su sexualidad

1.5.1. Adolescencia

Juan R. Issler en su artículo “Embarazo en la adolescencia” publicado en la Revista de Postgrado de la Cátedra Vía Medicina, cita a la OMS y su definición de adolescencia. “Período de vida en el cual el individuo adquiere la madurez reproductiva, transita por los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y consolida la independencia socioeconómica de su grupo de origen” (11)

En el apartado de la salud del adolescente en el portal web de la OMS se considera que los adolescentes están entre las edades de jóvenes de 10 a 19 años, sobre ellos alega que “son un grupo sano” Sin embargo indica que “muchos mueren de forma

prematura debido a accidentes, suicidios, violencia, complicaciones relacionadas con el embarazo y enfermedades prevenibles o tratables” (OMS)

Miguel Ángel Núñez en su obra Sexo y amor revela que el término adolescencia procede del latín *adolescentia* o *adolecere*, que es una combinación de: crecer y doler. Lo que expresa los dos componentes básicos de la adolescencia: sufrimiento y crecimiento. (126)

Raquel Lagunas Del Amo en su texto Los cambios en la adolescencia, indica que es importante entender que el proceso biológico de maduración sexual sucede en la pubertad, a la misma la define como “un fenómeno esencialmente biológico que precede a la adolescencia, es el momento del crecimiento desarrollo y la madurez sexual”. (133)

Varios son los autores que definen a la adolescencia como una etapa de transición entre la pubertad y la vida adulta, que no necesita de cambios físicos para definir esta etapa; es más un proceso de civilización. Toda la información que recibe el adolescente en esta etapa marca su comportamiento, por esta razón es importante una buena educación. La adolescencia se la puede dividir en tres etapas: (Issler)

1.5.1.1. Adolescencia Temprana (10 a 13 años)

Biológicamente, es el periodo peri puberal, con grandes cambios corporales y funcionales como la menarquia. Psicológicamente el adolescente comienza a perder interés por los padres e inicia amistades básicamente con individuos del mismo sexo. Intellectualmente aumentan sus habilidades cognitivas y sus fantasías; no controla sus impulsos y se plantea metas vocacionales irreales. Personalmente se preocupa mucho por sus cambios corporales con grandes incertidumbres por su apariencia física.

1.5.1.2. Adolescencia media (14 a 16 años)

Es la adolescencia propiamente dicha; cuando ha completado prácticamente su crecimiento y desarrollo somático. Psicológicamente es el período de máxima relación con

sus pares, compartiendo valores propios y conflictos con sus padres. Para muchos, es la edad promedio de inicio de experiencia y actividad sexual; se sienten invulnerables y asumen conductas omnipotentes casi siempre generadoras de riesgo. Muy preocupados por apariencia física, pretenden poseer un cuerpo más atractivo y se manifiestan fascinados con la moda.

1.5.1.3. Adolescencia tardía (17 a 19 años)

Casi no se presentan cambios físicos y aceptan su imagen corporal; se acercan nuevamente a sus padres y sus valores presentan una perspectiva más adulta; adquieren mayor importancia las relaciones íntimas y el grupo de pares va perdiendo jerarquía; desarrollan su propio sistema de valores con metas vocacionales reales.

Es importante conocer las características de estas etapas de la adolescencia, por las que todos pasan con sus variaciones individuales y culturales, para interpretar actitudes y comprender a los adolescentes especialmente durante un embarazo sabiendo que: "una adolescente que se embaraza se comportará como corresponde al momento de la vida que está transitando, sin madurar a etapas posteriores por el simple hecho de estar embarazada; son adolescentes embarazadas y no embarazadas muy jóvenes". (Issler)

1.5.2. La adolescencia y sus contextos

Para entender la adolescencia, hay que tener en cuenta diversos procesos, John W. Santrock en su libro Adolescencia, enumera un listado de terminologías que se deben considerar: procesos biológicos y cognitivos, los contextos, el desarrollo social y de la personalidad, los problemas y trastornos, la ciencia y el pensamiento crítico. (21) Al ser la adolescencia un acontecimiento de ruptura y replanteamiento ante la realidad, se considera más importante para esta investigación conocer los contextos o ambientes del adolescente en el plano psicológico y social.

1.5.2.1. El contexto psicológico

Los investigadores Monserrath Jerves y Paul Enzlin miembros del equipo VLIR (Vlaamse Interuniversitaire Raad) - Universidad de Cuenca realizaron el año pasado el Estado del Arte de la Educación Sexual en Adolescentes, dentro del programa VLIR-IUC para la Promoción de la Salud Sexual en Adolescentes. Sobre el contexto psicológico enfatizan:

Un elemento fundamental de la personalidad del adolescente es la búsqueda de la identidad como la organización de los impulsos, capacidades, creencias e historia del individuo en una imagen sostenida del YO (...) El logro de la identidad significa que la persona está en capacidad de considerar opciones reales, que hace elecciones y busca su consecución.

(13)

Señalan también que no siempre sucede esto en los adolescentes, hay quienes no experimentan con diferentes identidades, buscan lograr metas, adquirir valores y seguir el estilo de vida de sus padres, o de otros grupos de referencia. En otros casos puede darse la difusión de la identidad, que es cuando los individuos no llegan a conclusiones sobre lo que son o lo que quieren hacer de sus vidas.

Erik Erikson, citado por Santrock, habló de estadios psicosociales, para quien la motivación primaria del comportamiento humano era de carácter social y reflejaba el deseo de afiliarse con otras personas. En la teoría de Erikson existen ocho estadios psicosociales que abarcan todo el ciclo vital. Cada uno de ellos se centra en una sola tarea evolutiva que enfrenta a la persona a una crisis que debe superar. (Santrock 29)

Sobre el estadio Identidad versus confusión de la identidad que coincide aproximadamente con la adolescencia, Erikson refiere que en este estadio la persona se enfrenta al descubrimiento de quién es, qué hace en la vida y hacia dónde va. Los adolescentes deben adoptar muchos roles y adquirir un estatus nuevo propio de los

Integridad versus desesperación	Adulthood tardía (a partir de los 60)
Productividad versus estancamiento	Adulthood media (40 a 60 años)
Intimidad versus aislamiento	Adulthood temprana (20 a 40 años)
Identidad versus confusión de la identidad	Adolescencia (10 a 20 años)
Laboriosidad versus inferioridad	Etapa escolar (enseñanza primaria de los 6 hasta los 10)
Iniciativa versus culpa	Etapa preescolar de 3 a 5 años
Autonomía versus vergüenza y duda	Primeria infancia (1 a 3 años)
Confianza versus desconfianza	Primera infancia (primer año)

adultos, por ejemplo, el laboral y el de pareja. Si los adolescentes exploran estos roles de una forma saludable y encuentran un camino positivo a seguir en la vida desarrollarán una identidad positiva. (Santrock 30)

Tabla 3 Los ocho estadios psicosociales de Erikson

1.5.2.2. El contexto social del adolescente

Desde pequeños, los seres humanos están sometidos a diversas circunstancias que afectan: la conducta, los valores, los sentimientos y las opiniones sexuales. La forma de estructurar la sexualidad se da en función del tipo de educación recibida de la familia, la escuela y el ambiente social. Los investigadores de VLIR y la Universidad de Cuenca citan al psicólogo Leonardo Romero, especialista en educación sexual,⁷ quien sobre el contexto social del adolescente manifiesta lo siguiente:

Socialmente los y las adolescentes se encuentran sometidos a la influencia de dobles mensajes, por una parte se reprime, degrada y deforma la sexualidad y por otra parte se espera que formen una pareja, establezcan una familia y tengan hijos. Paralelamente son objetos de un sistemático bombardeo de estimulación erótica por parte de los medios de comunicación social, la publicidad, la moda, los bailes, y por otro lado, el marco de referencia de valores, normas y actitudes sexuales con que inician su vida sexual activa es bastante confusa e inestructurada. (Jerves 15)

No se puede dejar de transmitir valores positivos para influir en la conducta de los niños y adolescentes, la educación debe continuar, se debe dejar de transmitir la idea de que la sexualidad es un tema tabú, peligroso. Se debe hablar del tema, porque el silencio es una forma de reprimir la curiosidad natural del adolescente. En los centros educativos se educa sobre sexualidad, varios autores coinciden en indicar que los currículos sobre la temática lo hacen de manera más biológica o anatómica, mientras se precisa que debe ser estructurada la enseñanza sexual de manera integral. Romero, citado por Jerves, revela que “los métodos más usados por la escuela y la familia para educar la sexualidad han sido el silencio, el disfraz, la mentira, el engaño, el castigo, la represión, la evasión, el aplazamiento, la delegación” (15)

⁷ Leonardo Romero autor de las obras: Elementos de Sexualidad y Educación Sexual. Centro de Asesoría y Consultoría. (1998). Sexualidad y Educación Sexual Irresponsable ¿Irresponsables quiénes? S.f.

1.5.3. Sexualidad en el adolescente

La mayor parte de lo que se comenta sobre la sexualidad adolescente hace referencia a los aspectos negativos, como los embarazos adolescentes y las enfermedades de transmisión sexual. Es importante clarificar que la sexualidad es una parte normal del desarrollo adolescente.

La maduración sexual inicia con la pubertad. Los investigadores han descubierto que en los chicos los cambios puberales se desarrollan en este orden, incremento del tamaño del pene y los testículos, aparición del vello púbico, cambios menores en la voz, primera eyaculación, aparición de pelo en las axilas y en la barba, inicio del máximo crecimiento. En las chicas comienza la pubertad con el aumento del tamaño de los pechos, con el crecimiento del vello púbico, aparece el pelo en las axilas. Las chicas aumentan de estatura y se les ensanchan las caderas más que los hombros. La menstruación ocurre bastante tarde en el ciclo puberal. Se debe entender que puede haber importantes variaciones individuales en el inicio y el desarrollo de la pubertad. La secuencia puberal puede empezar a los 10 años y/o retrasarse hasta los 13,5 años en los chicos. Puede finalizar a los 13 años o retrasarse hasta los 17. En las chicas el intervalo de la edad para la menarquia es todavía más amplio. Se considera dentro de los límites de la normalidad que una chica tenga su primera menstruación a los 9 años o que se retrase hasta los 15. (Santrock 61)

Gloria Penagos en el Informe del Proyecto Sol y Luna realizado para la Red de Prevención del Embarazo Adolescente de la alcaldía de Medellín, explica cómo el adolescente consolida su identidad sexual:

Durante la adolescencia los/las jóvenes se identifican más claramente con su sexo y consolidan su identidad de género al observar los roles que desempeñan los adultos como hombre o mujer. Esta identificación incluye comprender y aceptar la propia existencia como hombre o mujer así como los roles, valores, deberes y responsabilidades propios de ser hombre o

mujer. Nuevas relaciones sociales se establecen entre los/las jóvenes y entre los adultos y los/las jóvenes, tanto dentro como fuera de la familia. Así mismo, surge la capacidad de pensamiento abstracto, la atracción sexual, la respuesta sexual, se define la preferencia sexual y se inicia la búsqueda de pareja. (27)

La autora indica que la sexualidad es la expresión integral del ser humano en función de su sexo vinculado a los procesos biológicos, psicológicos, sociales y culturales. La sexualidad es la manera cómo piensan, sienten y actúan hombres y mujeres en función de los patrones culturales de la sociedad a la cual pertenecen. A más de cumplir una función reproductora, la sexualidad permite dar y recibir amor y placer. Se puede concluir que la adolescencia es la etapa de transición entre la niñez y la edad adulta, durante la cual se presenta la madurez sexual.

Santrock al hablar sobre la identidad sexual indica que es un largo proceso, donde entra en juego la excitación y la atracción sexual, el desarrollo de nuevas formas de intimidad y el aprendizaje de habilidades para regular el comportamiento sexual a fin de evitar sus consecuencias indeseables. (295)

Es Louise Pépin quien en su obra La psicología de los adolescentes, señala que en la preadolescencia se suceden los primeros encuentros con el otro sexo y se dan los primeros pasos hacia la identidad sexual, y enfatiza que es en la verdadera adolescencia cuando “el deseo sexual se intensifica y se incrementa la necesidad de conocer, reprimida a menudo con esfuerzo, de donde nace un sentimiento de pudor, pero también un tumulto interior y un desasosiego más o menos profundo según el carácter y las circunstancias”. (38-39)

Este y varios autores puntualizan en que la identidad sexual emerge en el contexto de patrones sociales y culturales, y que la mayoría de las culturas ponen límites al comportamiento sexual de los adolescentes. En nuestro contexto social se conoce que

la educación sexual ha sido muchas de las veces vista de mala manera, sin considerar que el comportamiento sexual es normal y evoluciona en el adolescente.

1.5.4. Evolución de la sexualidad

Si se considera que la adolescencia va de los 10 a 19 años es importante saber cómo evoluciona la sexualidad en esta etapa. Ana Lucía Aulestia y María Pilar Vela en su texto Un viaje a la adolescencia indican que en la primera etapa de la adolescencia se registran cambios fundamentalmente de orden biológico y fisiológico. Los cambios psicosociales más importantes tienen relación con esas transformaciones que vive el cuerpo. Asumir un cuerpo nuevo, dotado de la capacidad de reproducirse genera en los adolescentes un conjunto de sentimientos, expectativas, inquietudes, dudas e incertidumbres que demandan procesos internos activos y complejos para poder afrontarlos. (61)

Acotan además que los cambios psicosociales dependen de cada cultura, cada clase social y su pertenencia a uno u otro género. Depende también de su nivel de educación, su estado de salud, las condiciones de vida, la estructura familiar, su incursión al mercado laboral, o el asumir roles que no conciernen a esta etapa.

1.6. Situación actual del embarazo en adolescentes en el Ecuador

Según el Censo 2010 elaborado por el INEC, Ecuador tiene 14'483.499 habitantes, de estos 1'419.537 son adolescentes entre 15 y 19 años, 705.989 son mujeres. En la Provincia del Azuay son 37.094 mujeres las de 15 a 19 años, es decir el 5.25% de la población ecuatoriana está en el rango de estudio de esta investigación.

La edad de inicio de las relaciones sexuales en adolescentes ha variado; según el boletín informativo del proyecto CERCA de la ciudad de Cuenca, "Desde el año 1999 se puede identificar un inicio cada vez más temprano de las relaciones sexuales en los adolescentes" (22). El Dr. Bernardo Vega hace eco de lo publicado en diversos medios de comunicación, señala que la edad de inicio de las relaciones sexuales está en 14 años en

mujeres y 15 años en varones. Según la encuesta demográfica ENDEMAIN 1999, el 43,5% de mujeres entre los 15 y 24 años había iniciado relaciones sexuales, para el año 2004 este porcentaje aumentó el 47%. Datos de la misma encuesta señala que un 8% de adolescentes indicado haber tenido su primera relación sexual antes de los 15 años. El valor se incrementa en la zona rural de la costa en un 11.6% y en un 34% en las adolescentes que no tienen ningún nivel de instrucción, las adolescentes que pertenecen al quintil económico 1 (más pobre) y 2 (pobre) también presentan un incremento importante frente a las del quintil 4 y 5 (rico y más rico).⁸

El número de hijos de madres adolescentes ha incrementado su prevalencia en los últimos años; el INEC registró 29.877 partos en adolescentes en el año 1990 ascendiendo para el año 2009 a 43.912 partos en adolescentes; es decir, el incremento comparando estos últimos 20 años es de 46.9% (CERCA 25)

El anuario de nacimientos 2010 indica que en el Ecuador el 17% de adolescentes entre 15 y 19 años ha procreado por lo menos un niño, en el Azuay nacieron vivos 1.828 niños de madres adolescentes entre 15 a 19 años⁹ (INEC). CERCA también hace referencia en su informe al incremento en el número de hijos de una madre adolescente. Durante el año 2009, 1.358 adolescentes menores de 15 años tuvieron su primer hijo y 51 adolescentes tenían ya su segundo hijo. (25)

En el año 2010, 44.435 adolescentes entre 10 y 19 años fueron madres en el Ecuador. (INEC)

Ximena Abarca, al hacer un estudio para configurar la ENIPLA, obtiene como resultados que “desde 1997 (fecha en que el INEC tiene estadísticas sobre el tema) hasta

⁸ Para mayor referencia ver gráfico extraído de ENDEMAIN 2004 que consta en anexos.

⁹ Información obtenida del INEC en el mes de junio de 2012 a través de solicitud a la Unidad de Procesamiento de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE)

el 2010 nacieron 735.000 bebés de madres adolescentes que tenían entre 10 y 19 años”. A su vez acota que los pequeños nacieron en condiciones especiales debido a que las madres adolescentes tienen dificultades para poder desarrollarse, no han terminado su formación y no tienen los recursos necesarios para mantener a sus bebés. (Diario El Universo 11)

En el informe del 2007 sobre las políticas nacionales de salud en el Ecuador, elaborado por el Ministerio de Salud Pública, al referirse a la situación de los adolescentes (10 a 24 años) en el país, se presentan los siguientes datos:

- 91 nacimientos por cada 1000 mujeres de 15 a 19 años (79 urbanos, 12 rurales)
- Mortalidad infantil en madres de 15 a 19 años: 32 por 1000 nacidos vivos.
- El 56% de los/as adolescentes de 12 a 18 años son pobres (40% en el área urbana y 78% en la rural)
- El 50% de mujeres de 15 a 24 años no habían recibido educación sexual.
- El 29% de mujeres de 15 a 24 años no sabía qué era la menstruación al momento de la menarquia.
- El 6% de adolescentes de 15 a 19 años (del 25% que reportó actividad sexual) utilizaba algún método anticonceptivo.
- El 20% de las mujeres de 15 a 24 años estuvo alguna vez embarazada.
- El 32% de mujeres adolescentes de 15 a 19 años alguna vez vio o escuchó a sus padres maltratarse.
- El 25% de mujeres adolescentes de 15 a 19 años recibió alguna agresión. El 21% fueron maltratadas o recibieron maltrato.
- El 12% de los adolescentes de 10 a 17 años son maltratados por sus profesores.
- El 42% de los adolescentes de 10 a 17 años trabaja y no estudia. (MSP)

Datos que demuestran la problemática que abarca la situación de los adolescentes en el país, lo que repercute en su SSR. Para prevenir situaciones de riesgo y embarazos no deseados, la educación y una mejor calidad de vida son factores importantes para modificar las causas del problema. Las cifras locales, nacionales y

regionales demuestran la necesidad de programas participativos, bien planificados, y sobretodo continuos, programas con un objetivo claro, el de mejorar la SSR de la población y del grupo más vulnerable, la adolescencia.

1.6.1. Consideraciones psicosociales para el aumento de los embarazos en adolescentes.

Como se ha visto en diversos apartados de esta investigación, las consideraciones psicosociales para que se dé un aumento del embarazo entre las adolescentes dependen directamente del contexto cultural y social, de los patrones socio - culturales en los que se desenvuelvan. Issler clasifica a las sociedades humanas de la siguiente manera:

Sociedad Represiva: niega la sexualidad, considerando al sexo como un área peligrosa en la conducta humana. Considera una virtud la sexualidad inactiva, aceptándola sólo con fines procreativos. Las manifestaciones de la sexualidad pasan a ser fuentes de temor, angustia y culpa, enfatizando y fomentando la castidad prematrimonial.

Sociedad Restrictiva: tiene tendencia a limitar la sexualidad, separando tempranamente a los niños por su sexo. Se aconseja la castidad prematrimonial, otorgando al varón cierta libertad. Presenta ambivalencia respecto al sexo, siendo la más común de las sociedades en el mundo.

Sociedad Permisiva: tolera ampliamente la sexualidad, con algunas prohibiciones formales (la homosexualidad). Permite las relaciones sexuales entre adolescentes y el sexo prematrimonial. Es un tipo social común en países desarrollados.

Sociedad Alentadora: para la cual el sexo es importante y vital para la felicidad, considerando que el inicio precoz del desarrollo de la sexualidad favorece una sana maduración del individuo. La pubertad es celebrada con rituales religiosos y con instrucción sexual formal. La insatisfacción sexual

no se tolera y hasta es causal de separación de pareja. Son sociedades frecuentes en África ecuatorial, la Polinesia y algunas islas del Pacífico.
(Embarazo en la adolescencia)

A más de diferenciarse las sociedades por su manera de interpretar la sexualidad según su cultura, también se deben considerar otros factores como la estratificación social, en un estrato medio y alto, según el mismo autor la mayoría de las adolescentes que quedan embarazadas interrumpen la gestación voluntariamente. Se sabe que dependiendo de la educación y el alcance a métodos anticonceptivos, hay adolescentes que mantienen relaciones sexuales con protección y el número es mayor entre las de un estrato medio y alto. Mientras que en los estratos más bajos, donde existe mayor tolerancia del medio a la maternidad adolescente, es más común que tengan su hijo.
(Issler)

Es preocupante saber que la edad mediana de la primera relación sexual entre quienes no tienen educación formal es menor, existe una brecha de tres años entre el grupo más pobre y el más rico en todos los eventos relacionados con la fecundidad. Así lo indican los resultados de la Encuesta Demográfica y de Salud Materna e Infantil ENDEMAIN. (www.cepar.org.ec 36) Con esta información se entiende que la juventud vulnerable a esta problemática pertenece a segmentos con características marcadas por la pobreza y la poca oportunidad de estudios.

Los datos del Ministerio de Salud del Ecuador revelan y fundamentan lo expresado anteriormente,

Las mujeres con ningún nivel de instrucción formal tienen aproximadamente seis hijos durante su vida y aquellas que tienen educación superior tienen aproximadamente dos. En tanto que las mujeres que pertenecen al primer quintil de pobreza tienen en promedio 5.1 hijos.
(Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica)

1.6.2. Factores predisponentes y determinantes

Issler indica varios factores como predisponentes para que se produzca un embarazo adolescente no deseado, entre estos factores se tiene:

Menarquía temprana, inicio precoz de relaciones sexuales, familia disfuncional, mayor tolerancia del medio a la maternidad adolescente, bajo nivel educativo, migraciones recientes, falta o distorsión de la información, controversias entre su sistema de valores y el de sus padres, factores socioculturales y un menor temor a enfermedades venéreas.

Dentro del Estado del Arte de la Educación Sexual en Adolescentes. Promoción de la Salud Sexual en Adolescentes. Proyecto de la Universidad de Cuenca y del Programa VLIR-IUC. Se indica a más de los factores antes mencionados a la violencia intrafamiliar, a un débil proyecto de vida, bajo nivel de resiliencia y sobre la información sexual, enfatiza que sea exclusivamente biologizada sin brindar una orientación afectiva y en valores. (Jerves, Estado del arte de la educación sexual en adolescentes. Promoción de la salud sexual en adolescentes. 87)

Como se ve existen factores que pueden predisponer a un embarazo no deseado, también hay factores que son determinantes para que este se dé, según el mismo autor los factores que determinan un embarazo son: las relaciones sin anticoncepción, el abuso sexual y la violación. (Issler)

Es importante aclarar términos como abuso sexual y violación. Krug, Dahlberg y Mercy citados por Jerves, determinan dentro de la violencia sexual a:

Todo acto sexual, la tentativa de consumar un acto sexual, comentarios o insinuaciones sexuales no deseadas, o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier modo la sexualidad de otra persona, independientemente de la relación de esta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo. (Jerves 26)

Dentro del mismo documento indica Jerves que estos actos pueden consistir en una violación, “que es el acto de penetración forzada físicamente o empleando otros medios de coacción, por más leves que sean, en la vulva o el ano, usando el pene, otras partes corporales u objetos” (26)

Sobre el abuso sexual en el adolescente, Monserrath Jerves y Paul Enzlin en el Resultado de las Investigaciones para la Promoción de la Salud Sexual en Adolescentes, indican que los factores de riesgo que favorecen el desarrollo de agresiones sexuales son los siguientes:

Factores personales: Estado civil, edad, inicio sexual temprano, relaciones sexuales sin protección, alto número de parejas sexuales, comorbilidad psiquiátrica, consumo de alcohol, antecedentes de haber sufrido abuso sexual, instrucción elevada, pobreza extrema, ser profesional del sexo.

Factores psicológicos: personalidad dependiente y autoestima baja o escasa asertividad.

Factores sociales: entorno cultural machista, creencias normativas que favorecen el comportamiento agresivo, modelos sociales que refuerzan el comportamiento violento, entorno familiar, pares y comunidad en general. (27)

Raquel Lagunas del Amo en su artículo “El embarazo en la adolescencia”, presente en el Manual de Educación en Género, Adolescencia y Desarrollo. Determina los tres dramas sicosociales más frecuentes y problemáticos: Madres solteras, situación que deriva en el rechazo de la pareja, familia y de la sociedad. El rechazo escolar es el segundo drama, muchas de las madres tiene que abandonar el colegio, lo que ocasiona en ella sentimientos de frustración y baja autoestima. El tercer rechazo es el social que afecta a más de la madre al hijo. La mujer es juzgada, castigada y señalada.

A más de estos dramas sicosociales están el matrimonio forzado que muchas de las veces es consecuencia directa del embarazo no deseado, y no se puede dejar de hablar

de la interrupción voluntaria del embarazo. A pesar de no estar legalizado en el Ecuador, el aborto es una práctica que se realiza con relativa frecuencia de forma clandestina. (235-242)

Según el Boletín Informativo de CERCA, durante el año 2009 se produjeron a nivel nacional 29.786 abortos, de los cuales 5.512 (18.51%) ocurrieron en adolescentes 329 entre los 10 a 14 años (1.10%) y 5.184 entre los 15 a 19 años (17.40%). (16)

El aborto es la 5ª causa de morbilidad en el Ecuador (INEC) Es preocupante que el trastorno relacionado con la duración corta de la gestación y con bajo peso al nacer sean las principales causas de mortalidad infantil, éstas son consecuencias derivadas en muchas de las ocasiones por embarazos en adolescentes.

A más de estos factores es importante enfatizar que un embarazo a corta edad conlleva repercusiones obstétricas, consecuencias en la salud de la madre y del niño, varios autores coinciden en que la adolescencia el cuerpo no está del todo preparado para engendrar una nueva vida. Los niños suelen padecer problemas como bajo peso, malformaciones y mortalidad perinatal.

Por todas estas consecuencias negativas, preocupantes y alarmantes, se debe considerar que la falta de efectividad en las campañas de prevención del embarazo adolescente es parte del problema.

1.7. Concepto de Campaña

Una campaña puede ser definida como “el conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo” (www.definicion.de) De una manera más completa, la comunicadora especialista en Relaciones Públicas, Rosa Solórzano

puntualiza la siguiente definición “La campaña es el ejercicio de planeación estratégica y está diseñada para alcanzar objetivos y resolver problemas cruciales”.¹⁰

Las campañas pueden ser desarrolladas por distintos actores de la sociedad, tanto como organizaciones no gubernamentales, privadas o públicas. Las campañas pueden ser publicitarias, sociales, educativas, políticas. También pueden ser empleadas en programas de promoción para la salud, en el caso de este estudio se enfocaría a la prevención de embarazos en adolescentes. Se han realizado diversas campañas al respecto, las mismas se han basado en las premisas de las campañas sobre salud sexual y reproductiva.

Es común escuchar que en varias sociedades se realicen campañas nacionales por la educación sexual. El objetivo primordial de las mismas es contribuir a que niños, adolescentes y jóvenes conozcan sus derechos sexuales y reproductivos.

1.8. Valores

Es imprescindible establecer qué son los valores, aunque se entiende que al ser intangibles es muy difícil llegar a un acuerdo sobre su definición. Pedro Ortega Ruiz y Ramón Mínguez Vallejos en su obra Los valores en la Educación, citan a Ortega y Gasset para definir el valor moral “Antes que hacer algo, tiene cada hombre que decidir, por su cuenta y riesgo, lo que va a hacer. Pero esta decisión es imposible si el hombre no posee algunas convicciones sobre lo que son las cosas en su derredor, los otros hombres, él mismo. Sólo en vista de ellas puede preferir una acción a otra, puede en suma, vivir” (20)

Se habla aquí ya de convicciones, de esas ideas a las cuales una persona se encuentra fuertemente adherida. Felipe Rodea cita en su artículo “Los valores, sus crisis y los medios de Comunicación” al filósofo y antropólogo argentino Risieri Frondizi, quien al

¹⁰ Concepto de campaña extraído de la presentación en ppt de Rosa Solórzano de Cervantes, material presentado en el módulo Campañas de Relaciones Públicas, impartido en el Master de Marketing y Comunicación. 1ª Promoción, año 2010-2011.

comentar la variedad de definiciones de este concepto en su obra ¿Qué son los valores?, sostiene:

Se intentó, en primer término, reducir los valores a estados psicológicos. El valor equivale a lo que nos agrada, dijeron unos; se identifica con lo deseado, agregaron otros; es el objeto de nuestro interés, insistieron unos terceros. El agrado, el deseo, el interés son estados psicológicos; el valor, para estos filósofos, se reduce a meras vivencias. En abierta oposición con esta interpretación psicologista, se constituyó una doctrina que adquirió pronto gran significación y prestigio, y que terminó por sostener con Nicolai Hartman, que los valores son esencias, ideas platónicas. (...) Para evitar confusiones, conviene distinguir, desde ya, entre los valores y los bienes. Los bienes equivalen a las cosas valiosas, esto es, a las cosas más el valor que se les ha incorporado. (...) Los valores no son, por consiguiente, ni cosas, ni vivencias, ni esencias; son valores. (1)

Nina Bravo Donoso en su libro Valores Humanos: por la senda de una ética cotidiana, enfatiza en la dificultad de definir a los valores y sobretodo, de que todas las posiciones estén de acuerdo. Ilustra a quienes indican que los valores son objetivos, no están sujetos a ninguna variable; están los que plantean a los valores como subjetivos, dependiendo de la apreciación que cada persona les dé. Y lo más interesante de su postura, es cuando comenta sobre una nueva corriente: “Los valores por consenso, es decir, es valor aquello que decide la mayoría” pero recalca que “los valores decididos por una mayoría son un atentado contra los valores en sí mismos, porque ellos representan un ideal de vida, no una vida medianamente satisfactoria para una mayoría”. (5)

El profesor David Isaac en su obra La educación de las virtudes humanas, citado por Nina Bravo, elabora una tabla con las edades y los valores correspondientes que caracterizan a cada rango. De manera resumida, se incluyen las edades objeto de este estudio:

- 8-12 años: Fortaleza, perseverancia, laboriosidad, paciencia, responsabilidad, justicia, generosidad.
- 13-15 años: Pudor, sobriedad, sociabilidad, amistad, respeto, sencillez, patriotismo
- 16-18 años: Prudencia, flexibilidad, comprensión, lealtad, audacia, humildad, optimismo. (Isaacs 14-15)

En la primera mitad del siglo XX, la filosofía desarrolló el tema de los valores de modo definitivo con el alemán Max Scheler, hasta ese momento todo lo que era valor venía entendido como una cualidad del ser. Así, desde este punto de vista, para muchos, toda la filosofía era una axiología, y para otros era simplemente el poner nombre a cualidades del ser ya conocidas. Max Scheler en su teoría de los valores señala que “Los valores no pertenecen al dominio de lo pensado, ni son captados por una intuición racional, sino que la experiencia de los valores se tiene por un acto especial llamado percepción afectiva de los mismos, que sería el sentimiento” el autor defiende que esta percepción afectiva es un sentimiento, lo que se conoce como intuición emocional de las esencias, recalca que los valores son dados igual que las demás esencias mediante una intuición inmediata y evidente, por la experiencia.

Scheler ordena los valores y les da jerarquía, la escala de valores ordenada de menor a mayor en cuatro grupos es:

1. La serie de lo agradable y lo desagradable, en la que estarían los sentimientos sensoriales de placer y dolor sensible. En ellos diferencia los estados afectivos de la vida sensible de los valores de lo agradable y de lo desagradable percibidos por el espíritu en la intuición emocional.
2. La categoría de los valores vitales, de los bienes y males físicos que acompañan la vida, como la salud, vigor, enfermedad, vivencias emocionales e instintos.
3. El reino de los valores espirituales, que serían independientes del cuerpo y captados por un percibir afectivo espiritual. Dentro de ellos están los valores estéticos, los valores de lo justo e injusto, los valores del puro conocimiento de la

verdad realizados por la filosofía, y los valores por referencia. Los valores de referencia serían los de la ciencia y la cultura.

4. Los valores de lo santo y lo profano, dados sólo respecto de objetos absolutos o divinos, alcanzados por una forma de amor que se dirige a las personas. El valor de lo santo es esencialmente un valor de personas, con reacciones específicas como la fe, la incredulidad, la veneración, la adoración; y valores de referencia como el culto, los sacramentos, personas y cosas santas, etc.

Scheler no incluyó en sus cuatro clases fundamentales de valores a los éticos, ya que indica que en torno a estos giraría la especulación, porque son los propios de la persona, que se han de realizar según la preferencia y elección de los valores superiores en cada caso. (Philosophica: Enciclopedia filosófica online.)

El psicólogo social americano Milton Rokeach, citado por Anabel López Mata y Martha Edith Villanueva en su tesis Imagen y valores en los niños, afirma que los valores son una cognición acerca de lo deseable o preferible. Poseer un valor implica decir que un sujeto conoce el camino o modo correcto de conducirse, o el fin último que desea alcanzar. (32)

José Eduardo Moreno¹¹, en su ponencia “Perfil de valores y el valor de la libertad” subraya otra afirmación importante de Milton Rokeach acerca de los valores: “Son creencias duraderas por las cuales se considera que un modo de conducta específico (valor instrumental) o un estado final de existencia (valor terminal), son personal y socialmente preferibles a sus opuestos”. (2)

Más tarde indica que los valores están integrados en una estructura jerárquica, que Rokeach denomina "sistema de valores". De este modo, se puede definir a un sistema de valores “como un mapa cognitivo constituido por una red jerárquica de valores”. (Moreno 2)

¹¹ José Eduardo Moreno, doctor en Psicología. Ponencia presentada en el IV Encuentro Nacional de Docentes Universitarios Católicos. Más datos en bibliografía.

Dicho sistema de valores se enfoca en cinco supuestos:

- El número total de valores que posee una persona son relativamente pocos.
- Todo hombre posee los mismos valores aunque en grados diferentes.
- Los valores están organizados dentro de un sistema de valores.
- Los antecedentes de los valores humanos pueden estar encaminados hacia la cultura, la sociedad y sus instituciones, y a la persona.
- Las consecuencias de los valores serán manifestadas en casi todos los fenómenos que los científicos sociales puedan otorgar valor investigando y entendiendo. (López 34)

Basándose en estos supuestos, Rolando Arellano Cueva en su libro Comportamiento del Consumidor, enfoque América Latina, cita a Rokeach y su definición de valor: “Los valores son creencias durables de que un tipo de comportamiento específico o un objetivo final de la existencia es preferible, personal y socialmente, a otro tipo de comportamiento y otro estado final de la existencia contrario o convergente” (336)

Arellano basa sus aportes al área del comportamiento del consumidor en diversas interpretaciones de los valores, y es quien indica cómo dentro de una sociedad ciertos comportamientos son preferibles a otros.

Schwartz desarrolló una teoría referente a los contenidos y a la estructura dimensional de las relaciones entre ocho tipos de valores con los que se pueden comparar las culturas y que quedan integrados en tres tipos generales: los colectivos, los individuales y los mixtos. (López 39)

Como se ve, las vertientes psicológicas y filosóficas, y hasta la religión, entienden a los valores de formas parecidas y a la vez diferentes, si valores, si virtudes o cualidades;

si son subjetivas o si son objetivas. Lo más importante es entender que los valores son predecesores a los comportamientos y actitudes de un individuo, se puede decir qué valor o valores son prioritarios para una persona de acuerdo a su forma de vida, a su manera de comportarse en sociedad.

También es interesante entender la versatilidad que se le ha dado a la terminología, hay valores individuales, sociales, deportivos, según las edades; y hasta en el área del marketing tenemos la segmentación del mercado por valores. Si se investiga a fondo se encuentran listados de valores diferentes, estudios en cada país los han modificado y jerarquizado según su realidad y su utilidad, como por ejemplo la Lista de Valores (LOV) elaborada en 1983 por el psicólogo L.R. Khale, que a pesar de estar más asociada al área del comportamiento del consumidor, sus características son válidas para cualquier objeto de estudio o aplicación. (Arellano 346)

Lo que es importante destacar es que la sociedad ha dado solidez a los valores, los mismos que han sido acordes a su cultura y por esta razón la educación y la comunicación los utilizan como herramientas necesarias. En el caso de esta investigación se utilizarán para conocer cómo se jerarquizan los valores en nuestro grupo objeto de estudio.

Si Nina Bravo las definía como “metas, ideales que puede alcanzar el hombre” (5) Guillermo Mora en su obra Valores humanos y actitudes positivas, citado por Ana Rivera, Lorena Mora Contreras y Patricio Criado, las cataloga como actitudes y sobre éstas aclara “Los valores son las actitudes positivas, esas disposiciones permanentes de ánimo para obrar en consonancia con las grandes convicciones de lo que es bueno, mejor y óptimo, las que nos permiten descubrir qué valores posee una persona. Las actitudes son la demostración tangible de los valores”. (5) De eso hablamos entonces, de actitudes, valores y de comportamientos.

1.8.1. Axiología e identidad social por valores

Jesús Avelino de la Pienda, en su libro Educación, axiología y utopía argumenta sobre la importancia de la axiología en la vida del hombre, hasta considerarlo como un “animal axiológico” sostiene además que:

La conducta axiológica del hombre existe desde que existe el hombre mismo, pero la reflexión filosófica de los valores es relativamente reciente y algo nueva en parte en la historia de la Filosofía. El hombre está esencialmente constituido para captar, crear y vivir de valores. Capta la dimensión axiológica del ser y valores concretos ya existentes. (14)

La identidad social se forma por la pertenencia a un grupo, Rosa Peris Pichastor y Sonia Agut Nieto en su artículo “Evolución conceptual de la Identidad social: El retorno de los procesos emocionales” publicado en REME,¹² presentan la teoría de la identidad social desarrollada originalmente por Tajfel en 1981, la misma dice: “La identidad social es la parte del autoconcepto del individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social (o grupos sociales) junto con el significado emocional y valorativo asociados a dicha pertenencia” Manifiestan después que “En esencia, esta teoría sugiere que las personas tienden a maximizar su autoestima mediante la identificación con todos aquellos grupos sociales específicos a los que pertenecen e intentando además que sean valorados de forma positiva en comparación con los otros grupos”. (3)

El individuo posee su identidad, pero cuenta además con su identidad social marcada por su entorno, persigue continuamente ser valorado por sus congéneres, desarrolla sus virtudes y valores de acuerdo a lo que la sociedad le presenta y le exige.

De eso trata la investigación de esta tesis, de conocer los valores existentes en el público meta, conocer su identidad por valores, su identidad axiológica. Para esto se evaluarán diversos mensajes publicitarios de campañas realizadas para la prevención del

¹² Revista Electrónica de Motivación y Emoción REME. Más información en bibliografía.

embarazo adolescente, se utilizará como base a la neurociencia y al neuromarketing, de esta forma se conocerá si las piezas cumplen su función emotiva, si son atractivas para el público objeto de estudio o tienen una función más racional.

1.9. Neurociencia

Oscar Malfitano¹³ en su libro Neuromarketing indica que “la neurociencia estudia el sistema nervioso en su conjunto, desde el punto de vista multidisciplinario entre la física, la biología y la electrofisiología. Así, ayuda a entender el origen e interrelación de funciones tales como el pensamiento, las emociones y los comportamientos” (52). Es importante aplicar la neurociencia en el objetivo de esta investigación, para conocer si los mensajes son percibidos a través de las emociones, si son efectivos, atractivos y si cumplen su función de incidir en un posible cambio en el pensamiento y futuro comportamiento del público meta.

1.10. Marketing de valores

El marketing desde su inicio ha buscado vender un producto o marca a través de sus estrategias aplicadas en la publicidad para satisfacer las necesidades latentes en un mercado meta. Sin embargo, con los años, hacía falta enfocarse en el consumidor y averiguar todas las percepciones y sentimientos que se generan en su cerebro, para llegar de mejor manera. El concepto de marketing ha evolucionado mucho, tanto que se han ido identificando varios tipos de marketing que varían en sus objetivos finales y quizás en su implementación. Adriana Padilla Albaladejo, en su tesis El marketing de valores aporta las diferentes definiciones de marketing comercial, social, el marketing con causa y el marketing no lucrativo, hasta llegar al marketing de valores, definiendo a un tipo de marketing particular, el que trabaja con los valores para establecer los derechos que se deben proteger y fomentar a través de la educación. Para su investigación Padilla se basa

¹³ Oscar Malfitano Cayuela. Especialista argentino en Administración Estratégica, autor de varios libros sobre Administración de Empresas y Neuromarketing.

en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en el documento que sirve como guía para los proyectos de marketing de valores, se refiere al documento en el que se establecieron los ocho Objetivos del Milenio, mencionados en esta investigación anteriormente. La autora realiza una investigación ejemplificando casos reales alrededor del mundo donde para fomentar el desarrollo de los países más desfavorecidos se trabajaron estrategias basadas en el marketing de valores. (5,59) Padilla conceptualiza así a esta nueva tipología del marketing:

El marketing de valores es la planificación estratégica de acciones destinadas a mejorar las condiciones de vida de la población más afectada de los PVD¹⁴ a través de su educación y escolarización. En la planificación estratégica de cada uno de los proyectos el objetivo final corresponde a uno de los ocho objetivos que estableció la ONU en el 2000 en la Cumbre del Milenio (los Objetivos del Milenio) teniendo siempre en cuenta que el marco general en el que se rige el marketing de valores no es ni más ni menos que la Declaración Universal de los Derechos Humanos ratificada en 1948. (60)

1.11. Neuromarketing

El Neuromarketing nace a través de la aplicación de técnicas pertenecientes a la neurociencia al ámbito de la mercadotecnia. Quienes utilizan las aplicaciones del neuromarketing intentan analizar las sensaciones que experimenta el consumidor. La especialista en Marketing y Administración de Empresas, Liliana Alvarado de Marsano, en su artículo Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento, publicado en neuropedagogia.com cita a Mario Bunge filósofo y humanista argentino, quien afirma lo siguiente: “El conocimiento es un proceso cerebral y la información adquiere real valor al generar procesos cerebrales debido a la estimulación que produce en el funcionamiento del cerebro del individuo que la percibe”. (3) La autora explica cómo el neuromarketing a

¹⁴ PVD: Países en Vías de Desarrollo

través de la resonancia magnética busca descubrir y entender cómo reaccionan ciertas partes del cerebro de los clientes cuando están expuestos a estímulos externos, aclara que la idea “es tratar de entender qué estímulos determinan qué comportamientos” (3)

Se entiende entonces que el neuromarketing pretende recrear el vínculo con el receptor de mensajes, intenta conocer sus percepciones, inteligencias múltiples, modelos mentales y representaciones, sus formas de pensar y actuar, si se logra este propósito es posible mejorar el uso de determinados estímulos que generan determinados comportamientos.

1.12. Insight

Néstor Jaramillo en su obra La otra P, fundamentos de publicidad, define al insight de la siguiente manera: “Es una revelación de una verdad escondida, que sale a flote cuando un gerente pilas, lo descubre y lo revela al mundo”. (43)

Descubrir insights para poder enfocar estrategias de una manera más efectiva es una tendencia que va en crecimiento. En el medio de la publicidad y el marketing se conoce la importancia de aplicar insights en las estrategias y así obtener una ruta más efectiva para atraer y retener al consumidor de ideas, como es objetivo de esta investigación.

Cristina Quiñones¹⁵, en una entrevista realizada el 23 de mayo del 2010 por la cadena peruana Panamericana TV, determina que un insight es “Mirar dentro del consumidor y entender cuáles son las verdaderas razones por las cuales consume. El insight es la visión de las formas de sentir, pensar y actuar del consumidor, que revelan datos ocultos o datos inspiradores para el marketing y la publicidad” (ConsumerInsightsPeru)

¹⁵ Cristina Quiñones. psicóloga y especialista en publicidad, Directora Gerente de Consumer Insights, consultora especializada en insights del consumidor

Los insights surgen luego de una indagación a profundidad de los aspectos ocultos, profundos, inconscientes o inconfesables del consumidor. Para esto se utilizan diversas herramientas cualitativas como las entrevistas etnográficas, que permiten ir más allá del pensar del consumidor, ya sea un consumidor de productos tangibles, de servicios o de ideas. Un insight es llegar a conocer lo que no es evidente pero que mueve al consumidor de ideas a decidirse, a generar una relación con lo que escucha, con lo que ve o lee.

La metodología de insights que utiliza la consultora dirigida por Quiñones, se basa en una propuesta de: Decir, sentir, actuar. En la imagen que se presenta se observa las técnicas que pueden llevar a identificar o develar insights en el consumidor.

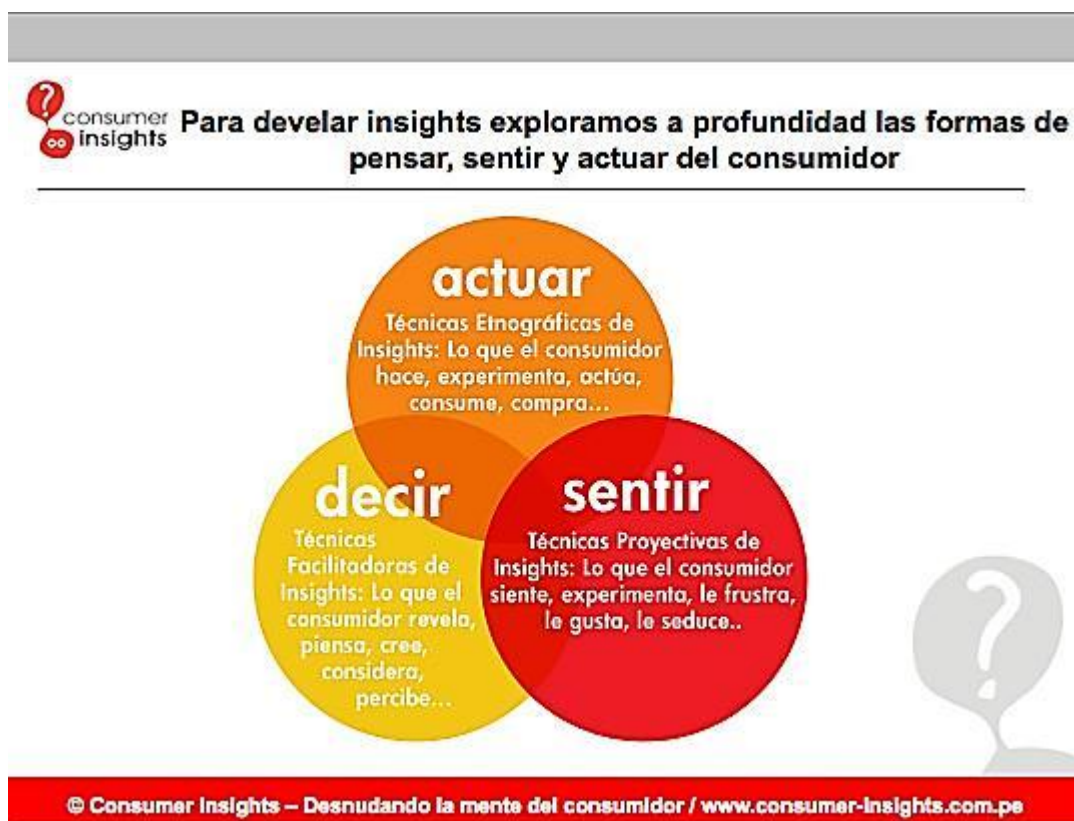


Ilustración 4 Técnicas de insights Fuente: Consumer-Insights.com.pe

Como se ha dicho anteriormente, los valores marcan el comportamiento de una persona en su sentir, actuar y decir. Es importante identificar la identidad de valores del

grupo de estudio y al realizarlo se podría intentar identificar los insights del grupo, para poder aplicarlos en la construcción de mensajes más efectivos. Carlos Bastardo en su obra La Nariz de Elizabeth Montgomery propone que “el trabajo de los insight’s está más cercano a una perspectiva etnográfica que a los métodos tradicionales de la investigación de mercados” (77). Defiende a la etnografía como metodología apropiada para reconocer los insight’s del público objetivo.

Mónica Casabayó y Borja Martín en su obra Fuzzy Marketing, cómo comprender al consumidor camaleónico, identifican las diferentes tipologías de insights: las de carácter racional y comportamental, sobre estos insights indican que son más fáciles de identificar ya que el consumidor los proyecta a través de la razón o del comportamiento. Alegan que hay insight’s menos evidentes, estos son los emocionales, trabajados desde la vertiente del sentimiento de culpabilidad y la sensibilidad. Son varias las campañas realizadas por ONG’S que utilizan los insight’s emocionales del público meta para sensibilizarlos y animar a sus sentimientos, y como dicen los autores “buscan una reacción emocional: ¿cómo puedo permitir que esto ocurra?” (153).

Conclusión

Al finalizar esta investigación se pretende determinar cómo se puede plantear la identidad por valores como una metodología válida para construir mensajes que se emplearán en campañas de prevención de embarazos adolescentes, para lograrlo es importante enriquecer la investigación determinando qué tipo de insight’s se deben identificar en el público objetivo para desarrollar estrategias y metodologías más efectivas y así obtener mejores resultados. En el siguiente capítulo se describe la metodología de investigación empleada para obtener la identidad por valores del grupo de estudio y el tipo de insight’s que se utilizaría en la construcción de mensajes. Se presenta el informe de resultados y los principales hallazgos de la investigación.

Capítulo II

Investigación para identificar la identidad por valores del público objetivo y la efectividad de los mensajes que utilizan la estrategia.

Introducción

La investigación de esta tesis tiene como objetivo general:

- Determinar cómo se debería plantear la identidad por valores como metodología de elaboración de mensajes para una campaña de prevención del embarazo adolescente.

Dentro de las acciones que se realizan para cumplir el objetivo está la elaboración de una investigación que permita determinar la identidad por valores del público objeto de estudio, formado por madres adolescentes y adolescentes que aún no son madres, con edades comprendidas entre los 15 a 19 años, de nivel socio económico medio bajo y bajo (quintiles económicos 1 y 2). La investigación se realiza en el área urbana del cantón Cuenca, se utiliza como metodología al análisis cualitativo y sus herramientas para obtener información, entre ellas, se determina realizar entrevistas en profundidad y grupos focales. Se prepara una guía con temas basados en técnicas proyectivas, que van de las asociativas, el lugar imaginario, proyecciones y visualizaciones a futuro, collage, entre otras; también se toma en consideración espacios para preguntas abiertas y comentarios.¹⁶ Las guías son revisadas por la psicóloga Mónica Forero.

Se aplican entrevistas a cuatro madres adolescentes en edades comprendidas entre los 17 y 18 años, de estrato socio económico medio bajo y bajo; se realizan en cada uno de los hogares, de tal manera que se pueda efectuar observación directa y

¹⁶ Las guías de las entrevistas en profundidad y de los grupos focales, y sus respectivas matrices elaboradas para facilitar el proceso de transcripción de la información están en anexos.

participativa acompañándolas en sus actividades. A su vez se aplican entrevistas en profundidad a cuatro adolescentes que aún no son madres, en edades comprendidas entre los 16 y 18 años, de estrato socio económico medio bajo y bajo.

Se realiza el primer y único grupo focal a ocho adolescentes mujeres del segundo “B” diurno del colegio Antonio Ávila de la ciudad de Cuenca, con edades comprendidas entre los 16 y 17 años.

El grupo focal como herramienta sirve para obtener información importante, pero no es tan efectiva como la metodología de las entrevistas en profundidad por que las participantes para responder buscan la aprobación del grupo. En temas complejos como la sexualidad no es fácil dar una opinión, se enfrentan al rechazo o aceptación. Al aplicar la herramienta se pudo comprobar que los resultados más enriquecedores se obtienen hablando personalmente con las adolescentes. La psicóloga Mónica Forero fue quien revisó la guía de temas para el grupo focal y para las entrevistas en profundidad, a través de un email señala “...hay que tener en cuenta que estos temas es mejor tratarlos por individuo y no por grupo, por esto es que sugiero o entrevistas en profundidad o grupos de amigos muy cercanos, dos o tres personas que puedan hablar sin tapujos del tema”. (Correo electrónico "Problemática adolescentes 2") Por estas razones se optó por no realizar más grupos focales y enfocar la investigación en la aplicación de entrevistas en profundidad.

La primera parte de este capítulo presenta un resumen que contiene lo más relevante de cada uno de los informes de las entrevistas en profundidad, del grupo focal y de las entrevistas con expertos. En anexos se encuentra cada uno de los informes detallados, la guía de temas, la matriz para ordenar los resultados, fotografías y gráficos.

La segunda parte contiene el análisis de la aplicación del Neurosky a cuatro adolescentes en edades comprendidas entre los 16 y 19 años, de estrato social bajo y que aún no son madres. La metodología que se utiliza es mostrar a las adolescentes cuatro spots que pertenecen a diferentes campañas de prevención del embarazo en adolescentes, a través del Neurosky se miden los estímulos del cerebro que cambian de

acuerdo a cada uno de los efectos que ocasionan las publicidades en las chicas, se mide si el mensaje impacta más por su atractivo emotivo o por la atención que se le da, si es más racional o emotivo. Se realiza un breve análisis de los mensajes de cada spot, se identifican valores, el contexto, la intencionalidad y los personajes con sus roles presentes en cada publicidad.

De esta manera se pudo identificar la identidad por valores de las adolescentes que pertenecen a este segmento de estudio y también conocer qué tipo de mensajes les atrae más, si los racionales o emocionales, si estos contienen valores coherentes a los obtenidos en la primera parte de la investigación, y si se les puede considerar insights.

2.1 Informe general de las entrevistas en profundidad, grupo focal y entrevistas a expertos.

2.1.1 Proyecto de vida

María Soledad Varea, en su ponencia “Maternidad adolescente y ciudadanía” presentada en el II Congreso Ecuatoriano de Antropología y Arqueología. Balance de la última década: Aportes, Retos y nuevos temas, analiza el campo de acción de algunos organismos y su metodología al realizar estudios e investigaciones referentes a la problematización de la maternidad adolescente en el Ecuador. Para comenzar este informe se cree conveniente citar lo que dice al respecto:

Los conceptos que manejan: CEPAR (Centro De Estudio de Población y Desarrollo Social), el Ministerio de Salud Pública, la cooperación internacional, y algunos profesionales, según otros puntos de vista no toman en cuenta los proyectos de vida, los riesgos y los deseos de las y los jóvenes. (Varea 11)

Varea habla sobre los proyectos de vida, que pueden estar contruidos por aspiraciones, anhelos, sueños, deseos. Las participantes del estudio indican en múltiples ocasiones que quieren ser madres, que quieren formar una familia, con un hombre que les respete y les quiera, se ven con niños y felices. No se puede aplicar el miedo o la culpa

al hecho de ser madres, cuando se puede manejar la situación como parte de un proyecto de vida, pero como todo proyecto bajo una planificación consensuada con su pareja y con responsabilidad.

Sobre los mensajes presentes en las campañas realizadas para prevenir embarazos en adolescentes, Varea señala que no son del todo efectivas al respecto manifiesta: “Quizás por eso las nuevas campañas que afirman que ‘ser madre joven te quita los sueños’ son palabras que las mujeres adolescentes todavía no interiorizan y los índices de maternidad adolescente a partir de 1993 no han disminuido”. (96)

Las madres adolescentes entrevistadas se dedican a cuidar de sus niños, una de ellas lo tiene que dejar en la guardería medio tiempo para trabajar y la otra deja a su hija con su madre para estudiar, al decirlo en sus rostros se refleja resignación y tristeza. De las entrevistadas madres solo una de ellas sigue estudiando el colegio, las demás han dejado sus estudios. Sus hijos son lo más importante en sus vidas, acompañan su sentimiento con palabras tales como: Vida, alegría, una lo define como “lo más grande” y otra como “lo que le alienta a salir adelante y volver a estudiar” otra comenta que por su pequeño quiere que su relación con la pareja siga adelante.

En la técnica proyectiva de cómo se ven hace cinco años y hace un año atrás, las entrevistadas pasan de ser niñas felices, rodeadas de sus amigas y familiares a estar preocupadas porque ya están embarazadas, cuentan que se cuidaban para tener al niño sano, pero que sentían tristeza y preocupación, también felicidad y ansias de ver a su pequeño, en el futuro se proyectan estudiando y trabajando, con sus hijos grandes y ellas felices, asocian sus sentimientos en palabras como: Futuro, alegría, superación, oportunidad. También en sus prioridades están sus parejas, las que lo tienen, y sus madres más que sus padres. Sus hermanos y familia ocupan parte de las prioridades.

En cuanto a las adolescentes que aún no son madres, el hecho de serlo está dentro de sus proyectos de vida. En el grupo focal al realizar la técnica de “ El mundo

imaginario: Albanta”¹⁷ cuatro de las ocho participantes se proyectaron como madres, una se miraba con un hijo, la otra le puso el nombre de Alejandro al suyo, la otra expresó que “pensamos en tener muchos hijos” y una indicó que en el futuro se veía feliz “... porque en poco tiempo tendré un bebé que será la luz de cada día” En las entrevistas en profundidad al proyectarse diez años más adelante las adolescentes se ven con niños y con el esposo, dos de ellas se ven felices con sus hijos, su marido y trabajando en casa. Las otras indican que se ven profesionales, la una se ve viajando a China y está feliz, la otra indica que tal vez tenga novio.



Ilustración 5 Participantes del grupo focal realizando ejercicio "Albanta"

A más de tener a la maternidad como proyecto de vida, las adolescentes que aún no son madres comentan que su prioridad en este momento de la vida es el estudio, el saber que sus familias estén bien, tanto físicamente como económicamente. Una de ellas comenta en la entrevista que a pesar de no tener buena relación con el padre, siente que no puede fallarle y su opinión es importante, es más indica quererle aun cuando siente rencor. Hubo quien mencionó a la responsabilidad entre los aspectos prioritarios de su vida, alegando que “si se es responsable, se logra todo en la vida”.

¹⁷ Albanta es una técnica proyectiva para conocer aspiraciones del grupo de estudio. Más en anexos.

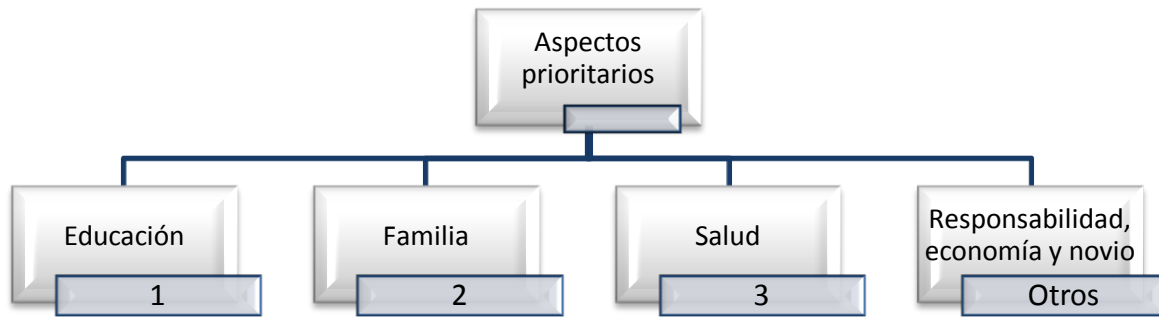


Ilustración 6 Aspectos prioritarios de las adolescentes que no son madres

2.1.2 Estructura familiar

En general las familias de las entrevistadas son numerosas, tienen entre tres o cuatro hermanos las que menos y en el caso de otras tienen ocho, nueve y hasta diez hermanos.

De las adolescentes entrevistadas que son madres, dos de ellas indicaron que sus padres viven en Estados Unidos y en las dos situaciones han sido criadas por sus abuelas. Dos de ellas viven con su pareja y su hijo en casa de sus suegros, comentan no tener muy buena relación con la suegra. La otra está en la casa de acogida de las madres corredentoras, al ser una situación especial a pesar de que no nos contó el por qué está ahí. La otra se quedó a vivir en su casa con su propia familia. Al preguntar a las chicas que tienen a sus padres fuera si los extrañan, al principio bajan la vista, giran el rostro, tardan en contestar, dicen que sí, pero que se han enseñado a estar así, una dice “mi abuela es mi madre”. La migración sigue siendo un indicador de la pobreza y de los problemas familiares y sociales en el Ecuador, el Dr. Bernardo Vega lo afirma, indica que en los estudios que ha realizado CERCA el problema de la migración está presente en los hogares desestructurados y es uno de los causantes de la falta de educación e información sexual que tienen los adolescentes.

En general todas las adolescentes participantes en el estudio que aún no son madres viven con sus padres y hermanos, una de las participantes del grupo focal vive con los hermanos porque sus padres les enviaron a estudiar a Cuenca mientras ellos viven y trabajan en la ciudad de origen que es más pequeña “los enviaron a la ciudad para que tengan un mejor futuro” indica la adolescente y otra que solamente vive con la madre porque sus padres están divorciados.

La relación que las entrevistadas tienen con sus padres es relativamente buena, a pesar de que señalan en varias ocasiones cómo su padre ha maltratado a la madre. En los ejercicios de proyección¹⁸, como en el caso de imaginar una adolescente y cómo se lleva con sus padres, indican todas que con sus padres se llevan bien, cuando se les pregunta a quién acude la chica de la historia cuando tiene problemas todas indicaron que acuden a la madre, con quien tiene mejor relación, una indicó que el padre no le hace mucho caso y otra que también confía en la amiga o hermana. Todas coincidieron que dependía del tipo de problema, pero que si es grave acuden a su madre.

Es importante recalcar que algunos de los padres de las adolescentes han tenido o tienen problemas con el alcohol. En las entrevistas de las adolescentes que aún no son madres todas comentaron que sus padres bebían demasiado y que de pequeñas pasaron momentos malos debido a ello. Solo una de las madres de las entrevistadas no padeció maltrato, las otras recuerdan claramente cómo su padre pegaba a su madre y sobre todo bajo la influencia del alcohol, en el caso de una de ellas comentó que uno de sus peores recuerdos de la infancia es cuando su padre llegó ebrio con los amigos a casa y ella no alcanzó a esconderse en su cuarto, por lo que tuvo que pasar toda una noche bajo una mesa llorando. Otra indicó que su padre le pegaba de pequeña porque intentaba defender a su madre. En todas las historias que cuentan sobre amigas, primas, o conocidas que han quedado embarazadas, el alcohol y las drogas son sustancias que están presentes, de igual manera la violencia de género y la violencia intrafamiliar.

¹⁸ Los ejercicios detallados están en anexos.

2.1.3 La madre

Se podría decir que el resultado más llamativo que ha resultado de la investigación es el papel que la madre desempeña en la vida de las adolescentes. Se considera que en la adolescencia la rebeldía hace que no se escuche a los padres, pero todas las entrevistadas al hablar de la madre cambian hasta de expresión, algunas lloran, otras lo hacen con ternura y cariño. A la madre la tienen en un lugar especial, también a quien ha desempeñado dicho papel como es el caso de las abuelitas.

Definen a la madre como: Amiga, apoyo, comprensión, la asocian con amistad incondicional. Es importante destacar el papel que desempeña la madre en la vida de las jóvenes adolescentes, se visualizan con ellas en el futuro y la recuerdan en el pasado, también es la persona que más admiran. Sólo en el caso de una de las madres adolescentes se observó que la madre tiene una actitud negativa en el trato al padre, además la entrevistada comentó que su madre siempre les aconseja que tienen que buscar a una pareja con dinero, su madre se quedó embarazada a los 15 años y tuvo que casarse. En algunos casos las madres de las entrevistadas fueron madres en la adolescencia.

A pesar de comentar que han tenido algún problema con su madre, o que les cuida o protege demasiado ella sigue siendo lo más querido para ellas. En el momento de construir mensajes es importante contar con este indicador, la madre ocupa un papel fundamental de apoyo, amistad y comprensión en todo el proceso de crecimiento de la adolescente, antes y después de ser madre.



Madre

- Enseña a valorar la vida, la pareja, la familia.
- Les apoya a que sigan los estudios.
- Chistosa.
- Salió adelante sola.
- Sufrió mucho.
- Trabajadora.
- Valiente "se defendía".
- Fé y fuerza.
- Amiga incondicional.
- Apoyo.
- Comprensión.

Ilustración 7 Atributos que las adolescentes dan a "La Madre"

2.1.4 Situación actual, aficiones y ocupación

Las aficiones de las adolescentes que han participado en la investigación son múltiples y variadas, la que más se repite entre todas es escuchar música, salir con los amigos y amigas, o con su familia de paseo. Les gusta también mirar telenovelas; una de las adolescentes en el grupo focal indicó que practicar deportes de riesgo, una de las madres dijo que le gusta arreglarse y pintar sus uñas, algunas concordaron en que hacer deporte es lo que les aficiona. Las chicas que viven con su pareja salen con ellos cuando pueden, van a bailar o de paseo, pero mencionan que es difícil salir, no lo hacen como antes. Una de ellas señala que cuando estaba en el colegio salía con sus amigas a bailar, eso ya no lo puede hacer y lo echa de menos. Otra indica que "pasa encerrada" La adolescente que está en el convento, Mónica, no suele salir, sólo se va a su tierra cuando puede algún fin de semana, la que vive con sus padres sale de fiesta porque su madre le dice que tiene que "disfrutar que es joven".

Las adolescentes que no son madres salen de fiesta los fines de semana, sobretodo el sábado porque el viernes noche duermen pronto si tienen actividades en los colegios el sábado en la mañana, en el caso de dos de ellas casi no salen porque se

consideran “con mentalidad de niñas” y que si salen a compromisos lo hacen acompañadas de sus padres y hermanos.

El contexto familiar de las entrevistadas son diferentes, lo que afecta a las actividades que realizan en su tiempo libre, o si tienen vida social. No tiene comparación la situación de Mónica con las otras madres, las demás cuentan con el apoyo de sus parejas, suegros, padres. Mónica por alguna razón está en situación de acogida en el convento, está sola. Mónica no deja de llorar y de sentirse culpable, el hecho de decir varias veces “he fallado a mis padres” describe su situación, ella siente culpa y eso no la deja avanzar. En el caso de las demás no se percibe la culpa, en el caso de Samanta, quien no vive con su pareja, se nota un cierto alivio de no vivir con él, pero sí es claro el arrepentimiento al decir que no entiende cómo pudo haberse “metido” con él.

Al igual en las adolescentes que aún no son madres la situación cambia si ellas trabajan, en el caso de dos de las entrevistadas que laboran en talleres de costura ocho horas diarias o más, tienen que compaginar su trabajo con el estudio, indican que no tienen tiempo de preparar los deberes ni de estudiar, pero que en el colegio las apoyan para poder hacerlo en clases. Ellas no pueden salir en las tardes a casa de sus amigas, o al cine, esperan los fines de semana para salir con los novios, indican que también salen con la familia.

2.1.5 Relaciones de pareja, asociación de palabras.

A través de la técnica proyectiva del collage se les pidió a las escogieran a una chica entre varias, utilizando fotografías, se les pidió que eligieran las parejas de ellas y hasta sus amigos y padres. Las adolescentes proyectaron la relación que tienen con su pareja o la que quisieran tener, además las características de los chicos, los idealizaban, todos trabajaban y/o estudiaban, las respetaban, tenían alguna habilidad en especial: Uno era músico, otro buen deportista, uno era guapo y otro profesor. La relación con ellos se marcaba por el respeto, la comprensión, el cómo las valoraban, el amor, el cariño y la ternura. El matrimonio lo definen como un sueño, con el fin ideal para la relación.

Se hace especial énfasis en el “respeto” ha sido la palabra más nombrada en este ejercicio y durante las entrevistas cuando se hablaba de la relación de pareja. La palabra “respeto” también se presenta en varias ocasiones cuando se realiza el ejercicio del consejo a la amiga, a través del ejercicio se busca determinar motivaciones, percepciones, valores, creencias y actitudes frente a las relaciones sexuales. Se cuenta la historia de dos amigas, la una realiza una llamada por teléfono en la cual la protagonista tiene que aconsejar a la amiga a acceder o no a las peticiones de su pareja para tener relaciones, también se da un giro a la historia y se les pregunta qué harían ellas si eso les sucede con su novio. En este ejercicio¹⁹ las entrevistadas hicieron hincapié en que si tienen relaciones lo más probable es que el chico termine por alejarse de ellas. Las frases más importantes derivadas del ejercicio son:

- “Los hombres solo quieren eso”.
- “Yo le aconsejaría que se aleje de él”.
- “Solo quiere sexo.”
- “Los hombres solo están para eso, luego se cansan”.
- “Si el realmente le quiere le debe respetar.”
- “Si me respeta me quiere, si no lo hace es porque no me quiere.”
- “Si él le quisiera no se propasaría con ella”.
- “Él sólo quiere pasar con ella un rato, no tiene un sentimiento puro hacia ella”.
- “Cuando hay amor, hay respeto, eso puede ser obsesión, pero no amor”.

Al preguntarles qué harían si su novio les pide ir afuera de la fiesta, tener algo más; las chicas indican que ninguna se iría con el chico, una mencionó que “si le quiere nunca le propone nada, no le insinúa nada”, sin embargo una de las entrevistadas que lleva tres años con su novio, comentó que teme mucho que suceda algo, porque ella está muy enamorada de él, su madre le ha aconsejado no tener relaciones porque es una niña, pero su novio le ha presionado en más de una ocasión tener relaciones, ella se frena

¹⁹ Más datos sobre el ejercicio está en la guía de las entrevistas en profundidad. Anexos.

primero porque le han dicho que duele, y después porque teme dejar los estudios y fallar a sus padres.

En el grupo focal al realizar la técnica del mundo imaginario: Albanta, sólo una de las chicas del grupo no se vio con pareja. Las demás lo nombraron después de describir el lugar, para ellas su pareja es la persona que realmente quieren, se miran caminando con él por la playa, por la montaña, una la definió como “la persona que va a estar a mi lado toda la vida”. Otra lo definió como “la persona casi perfecta que escogí para que formemos un hogar” Otra indica que ese chico debe ser tranquilo, respetuoso, amigable para poder estar juntos.

La palabra “responsabilidad” ha sido repetida en varias ocasiones al asociarla sobre todo al amor y al sexo, también la palabra “pareja” es asociada al amor y al sexo, lo que demuestra que las adolescentes saben racionalmente que el amor y el sexo debe ser sentido o practicado con responsabilidad.

Las adolescentes que viven con sus parejas no están pasando por un buen momento, viven con su familia política y no es buena la relación sobre todo con la suegra. En la observación se comprobó que el trato con su pareja es distante y frío, además una de ellas mencionó que él desconfía de ella, que hace demasiado caso a su madre, y que si la situación no mejora ella se separa. La chica que vive en el convento indica que no tiene relación con el padre de su hijo, al hablar de él rompe a llorar, es imposible preguntarle por el padre del niño y además, nunca se pudo preguntar si era el mismo padre del segundo niño del cual estaba embarazada. Al pedir que lo defina, sólo movió la cabeza y dijo que no, al preguntar cómo era la relación con él cuando eran novios dijo “más o menos”. La otra madre adolescente vive con sus padres, no vive con el padre de su hija, recibe de él una mensualidad (pensión), se ven solamente cuando le tocan las visitas con la pequeña. Él es policía y es mayor a ella, en ciertos momentos se expresa de él con rencor, manifiesta que no sabe cómo se involucró con él, que él es “moreno, mayor y feo”.



Ilustración 8 Collage de imágenes de adolescentes (técnica proyectiva para identificar percepciones de las relaciones de pareja)

2.1.6 Valores

Si se quiere establecer un perfil común en este grupo de estudio o una identidad por valores, es importante determinar qué valores han sido los más mencionados y los que se han proyectado como imprescindibles en sus vidas. Se recuerda que la conceptualización de la terminología “valores” puede cambiar dependiendo los patrones socioculturales, o la educación que se dé en casa, es hasta una percepción personal que se tiene de lo que es un valor. Sin embargo se puede entender a los valores como: creencias durables, convicciones, esencias, ideas platónicas, metas, ideales, actitudes, comportamientos. A través de las herramientas cualitativas utilizadas, como son las entrevistas en profundidad, la observación y el grupo focal, se han podido establecer como valores prioritarios los siguientes:



Ilustración 9 Valores prioritarios de las adolescentes participantes en la investigación

También se consideran importantes los siguientes valores: Humildad y sencillez, esperanza, perseverancia, amor, valentía, inteligencia y personalidad.

2.1.7 Principales hallazgos

A través de una pequeña muestra se ha determinado que el perfil de la madre adolescente es el de una mujer luchadora, optimista; a pesar de ser una mujer joven protege a su pequeño, muchas de las veces necesita de la ayuda de su madre para hacerlo, pero su aspecto prioritario es su hijo. Respeta a su madre sobretodo y valora a su familia que la comprende y apoya. Da un valor especial a la amistad y al amor. No le gusta la mentira y el engaño, cree en la honestidad y en la sinceridad.

Las adolescentes que aún no son madres son optimistas, idealistas y soñadoras, sin embargo tienen claro lo que puede ser la realidad. El entorno en el que viven les ha heredado patrones socioculturales, aceptan el consumo del alcohol como algo normal,

sobre todo cuando justifican a sus padre el haber bebido “ya sabe usted como son los hombres”, expresa una de ellas cuando comenta que su padre llegaba borracho luego de hacer negocios. Ellas han tenido que enfrentar problemas serios en su entorno, amigas que han abortado, familiares que han sufrido maltrato y que han sido madres adolescentes, una de las entrevistadas contó la historia de una amiga que al enterarse de su embarazo intentó suicidarse. Además presentan problemas con sus familias por la falta de comunicación o por el hecho de tener que realizar roles que no les corresponden, como cuidar de sus hermanos cuando sus padres viajan o tener que trabajar. A pesar de todo son adolescentes que reconocen el valor de la responsabilidad, la definen como ““si se es responsable, se logra todo en la vida”

2.2 Informe de los resultados del análisis de spots publicitarios utilizando el Neurosky

Al realizar una investigación focalizada en la ciudad de Cuenca con sus propios patrones socioculturales, se establece analizar piezas publicitarias que pertenezcan a campañas efectuadas en países con patrones similares al nuestro. Se seleccionan las campañas “El control de tu vida lo tienes tú” de Venezuela y “Por el derecho a una sexualidad con sentido” de Colombia. Se eligen también las campañas “El embarazo es cosa de dos” y “Yo pongo condón” realizadas en España, se escogen estas últimas por ser campañas muy comentadas en las redes sociales, en foros de internet y además por presentar piezas creativas y alternativas.²⁰

Se prestará especial atención al contenido utilizado en cada spot, se analizará brevemente el mensaje y el concepto de campaña, se tomará en consideración si existen valores presentes en la estructura narrativa del mensaje.

El objetivo de utilizar el Neurosky es para medir la efectividad en atención y atractivo emocional de las piezas publicitarias, y para determinar si las adolescentes prestan mayor atención a un mensaje emotivo o racional. La metodología es simple, se pide a cuatro adolescentes que miren atentamente los spots publicitarios colocados en orden, uno tras otro, se les coloca los sensores del Neurosky y se mide con un programa especializado las microondas cerebrales que fluctúan de acuerdo al interés que despierta cada spot, luego se procesa la información. Al finalizar el ejercicio se mantuvo una conversación con las adolescentes, con la finalidad de obtener información sobre los spots que vieron, las imágenes y los mensajes que más les impactaron.

²⁰ Se presentan referencias más detalladas y completas de las campañas en anexos.



Ilustración 10 Collage análisis spots campañas aplicando Neurosky

Los spots son estímulos que van directo a los sentidos y son procesados en primera instancia por el cerebro humano, frente a estos estímulos el cerebro desprende microondas eléctricas que son perceptibles para los sensores del Neurosky, éste los acumula en ciertos parámetros de atención y atractivo emocional. Para medir el nivel emocional se mide el nivel de relajación del cerebro, si la persona fija la mirada en un lugar específico se mide la atención. Hay ondas que se activan cuando uno necesita mucha concentración, hay otras ondas que se activan cuando más relajado esté el cerebro.

La frecuencia de los impulsos eléctricos los transforma en un dato numérico, que va de 0 al 100 mediante un algoritmo matemático. Mide segundo a segundo los impulsos que se puede desarrollar al brindar un tipo de impulso al cerebro humano.²¹

²¹ Información que se obtiene con Ing. Pedro Espinosa, Advance.



Ilustración 11 Pantalla capturada programa Neurosky

Se realiza un análisis breve del contenido de los cuatro spots elegidos, se toman los siguientes aspectos como referencia de análisis: personajes, contexto e intencionalidad del mensaje. Se tiene como base de análisis las técnicas de Daniel Prieto Castillo y la teoría actancial de Vladimir Propp.²² Se utiliza como referencia de análisis la investigación Análisis de campañas de comunicación social presentada en las Jornadas de Fomento de la Investigación de la Universidad Jaume I en España, realizada por un grupo de investigadores bajo la coordinación de Paloma Hoyuela y María José Gámez. Sobre la representación de los personajes en un anuncio publicitario los autores señalan que estos representan diversos roles: “Roles con los que el espectador sentirá empatía o distanciamiento.

En todos los anuncios institucionales se dan cita (aunque no siempre de forma explícita) cuatro personajes: héroe/s, víctima/s, coadyuvante/s y villano/s”. (3) Los roles son importantes porque suelen llevar un perfil marcado por valores, como: fortaleza, inteligencia, sensibilidad, sencillez, honestidad, solidaridad, y también por sus respectivos antivalores.

²² Vladimir Propp (1895-1970) fue un profesor ruso que hizo un profundo estudio de los cuentos populares de su país. Su libro más importante “La morfología del cuento”

Las publicidades institucionales, o las utilizadas en campañas sociales o educativas buscan la sensibilización del receptor y por ello se basan en situaciones de interés humano, apelan a sentimientos, sensaciones o estados que toda persona es susceptible de sufrir. En el caso de esta investigación, el embarazo en adolescentes es un problema común en varios países, por tal razón los contextos que se utilizan para describir la situación de las adolescentes son importantes en el momento de analizar el contenido.

La intencionalidad que se da a un mensaje deriva de los objetivos que se plantearon en el momento de crear el concepto de la campaña. Si se necesita informar, o persuadir en un ideal, si se utiliza un modo imperativo para lograr que se realice algo. En este tipo de campañas funciona el trato directo coloquial, la intencionalidad se irá analizando en cada spot.

La lectura que se da a los mensajes utilizados en spots de campañas para prevenir embarazos adolescentes es una lectura ideológica. Daniel Prieto Castillo, presente en su libro Diagnóstico de comunicación, define a lo ideológico como el “...modo de vida propuesto como válido, como único. Los modelos de relaciones y soluciones sociales que el o los personajes del mensaje adoptan”. Y sobre la lectura ideológica indica que es la que trata de aclarar contenidos implícitos de realidades ocultas en los mensajes, aclara el modo en que se nos trata de imponer determinada percepción de una situación social. (135) La mayoría de campañas que intentan cambiar conductas, hábitos, comportamientos y actitudes utilizan técnicas que muestran la conducta ideal, un comportamiento mejor, hábitos sanos, lo que cae en irreal y deja de ser familiar, honesto y sincero para el público objetivo.

2.2.1 Campaña “Por el derecho a una sexualidad con sentido” (Colombia)



Ilustración 12 Logotipo campaña "Por el derecho a una sexualidad con sentido"

Spot institucional

Duración: 43 segundos

Año: 2010

Objetivo de la campaña: La estrategia legitima la sexualidad como un derecho inherente a los seres humanos.

Concepto: El sentido es el resultado de la toma de decisiones autónomas, informadas y con proyección de futuro. Apela al sentido de razón, sentimiento, orientación, sensaciones y afectividad.

Personajes: En la estrategia están vinculados personalidades de la vida nacional, como Valerie Domínguez (actriz), Andrés López (comediante), Carlos “el Pibe” Valderrama (futbolista), Cristina Hurtado (actriz), José Narváez y Adriana Lucía (cantante), entre otras. Representan roles de referencia, amigos, héroes deportivos o profesionales, son personajes queridos y conocidos por su público.

El spot comienza con la imagen del personaje sentado y mirando a un tercero, no a la cámara. En toda la serie de spots de la estrategia el fondo es blanco. El mensaje cambia en cada spot pero se maneja el mismo concepto, cada uno señala lo que significa sexualidad para él o ella, cuentan su experiencia o dan consejos. El personaje tiene un rol de amigo coadyuvante, la intencionalidad es ideológica. Cuando dicen algo clave, a manera de consejo motivante, aparece resaltado, frases como: “consentimiento” “armar pareja, echar pa’lante” “apunta alto” “darle besitos” “la sexualidad se habla” “Se planea” “se decide” son varias las frases y va acorde a la persona que lo dice, todas cumplen con el propósito de aconsejar a tener una sexualidad con sentido. Al finalizar el spot el personaje mira a la cámara y dice el slogan de la campaña “por el derecho a una sexualidad con sentido”

El Dr. Bernardo Vega indica que “la mentalidad del adolescente es distinta, no se detiene a meditar, lo que hace que tome decisiones rápidas sin pensar. Se debe a la edad, al cambio neuronal. La neurofisiología del adolescente es inmedatista, muy rápida para tomar decisiones” (Entrevista al director del proyecto CERCA). Si se toma en cuenta el concepto de esta campaña en la que se espera que el adolescente tome decisiones con sentido, sería un objetivo difícil de cumplir el de prevenir embarazos adolescentes.

El spot que se escogió cuenta con la participación de la presentadora Cristina Hurtado, se eligió para aplicarlo como pieza de estudio por los mensajes que se dicen: “Capacidad de proyectarnos” “proyecto de vida”. Va acorde a lo que se ha mencionado en la investigación, el hecho de abordar el ser madre dentro de un proyecto de vida, no como un castigo, un error, una situación que se asocia a culpabilidad.

2.2.1.1 Resultado análisis Neurosky spot 1.

Promedio de atención: 60,50

Promedio de atractivo emocional: 53,58

Promedio de desenvolvimiento general: 57,04



- A esa edad, si tenemos la capacidad de emprender una vida sexual “de hacer el amor con el noviecito”

Esta frase es la que más captó la atención de las adolescentes. La frase ocurre entre el segundo 20 al 23. Tiene un toque de ironía la manera de decirlo.

Tal como se esperaba en el segundo 37 se da el pico de atención, es cuando Cristina gira y mira a la cámara, con el dedo señala al receptor y dice el eslogan de la campaña “Por tu derecho a una sexualidad con sentido”



No existe un pico relevante de atractivo emocional, hay momentos en los que desciende notablemente y es cuando se eleva la atención, cuando gana la racionalidad, por ejemplo en el segundo 20.

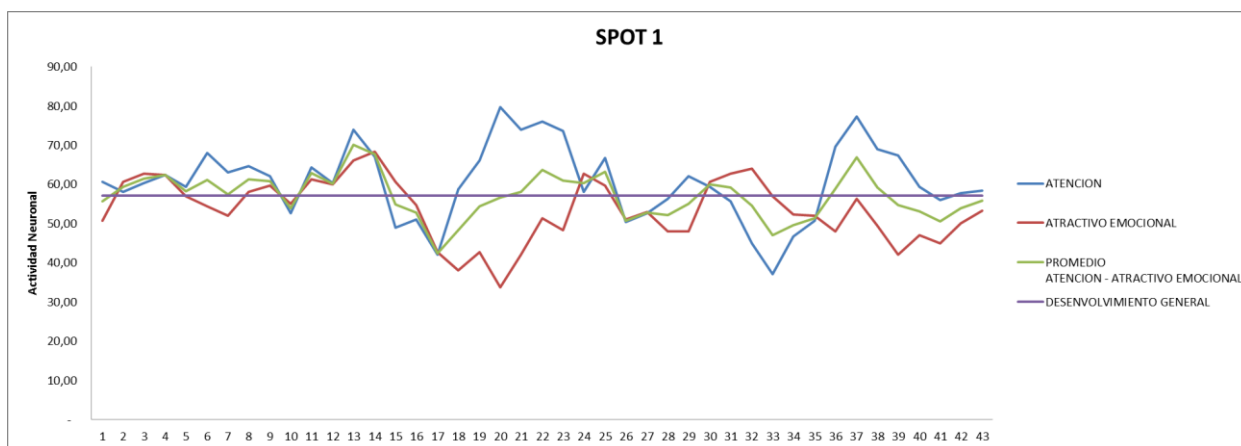


Tabla 4 Análisis Neurosky spot 1

2.2.2 Campaña “El embarazo es cosa de dos” (España)



Ilustración 13 Publicidad de la campaña "El embarazo es cosa de dos"

Spot institucional

Duración: 1 minuto

Año: 2010

Objetivo de la campaña: Educar para promover una sexualidad más sana y segura, la prevención de embarazos no deseados y la protección contra el sida y las enfermedades

de transmisión sexual, poniendo al alcance de adolescentes y jóvenes una información suficiente y adecuada.

Concepto: Con el lema “Evitar embarazos no deseados es cosa de dos”, se pretendió transmitir los valores de relaciones en igualdad y respeto mutuo, mediante la corresponsabilidad en las decisiones sobre prácticas sexuales y uso de métodos anticonceptivos.

Personajes: Como personajes se utilizan a dos jóvenes, en España son conocidos por ser actores que han participado en series juveniles: Víctor y Elena. Se puede decir que los receptores de estos mensajes, se sienten identificados con otros jóvenes y más cuando son personajes familiares y a los que admiran, son chicos guapos, parecen seguros, optimistas y felices. Sin embargo en la aplicación a las adolescentes no les pareció distante el rol de los jóvenes, en la conversación posterior al estudio indicaron que desempeñaban un rol natural y se les veía sinceros.

El contexto en el que se desenvuelve el spot es urbano, sencillo, los dos chicos están sentados en la banca de un parque. Primero se pasan imágenes rápidas de los nombres de parejas, el corazón que une los nombres es un condón en forma de corazón, se alternan sitios o lugares donde se suelen tener relaciones sexuales, un sofá, una furgoneta, la parte trasera de un auto, la playa, un ascensor. La canción de fondo es el tema “Que bonito es el amor” del grupo español “La Pegatina”, es pegadizo y moderno.

El spot destaca por su creatividad y la simplicidad del mensaje, los adolescentes representan un papel coadyuvante, aconsejan, no hay sentimiento de miedo y culpa en el mensaje. Invitan a llevar un condón siempre, tanto hombres como mujeres, el mensaje con carácter informativo son los datos estadísticos del número de embarazos no deseados en adolescentes, ellos comentan lo que puede pasar pero no amedrentan a quien los ve.

2.2.2.1 Resultado análisis Neurosky spot 2

El desenvolvimiento promedio de atención y de atractivo emocional: Hay segundos de bastante impacto de atención, y bajos de atractivo emocional. Comparando con el desenvolvimiento general de la publicidad tiene un valor medio, está en la media, es aceptable. Este es el spot que más gusto en todo aspecto a las adolescentes. En la conversación del final es el que más comentaron.

Promedio de atención: 63,85

Promedio de atractivo emocional: 45,98

Promedio de desenvolvimiento general: 53,59

Se analiza el spot y se tiene que en el segundo 18 aproximadamente se da el pico más alto de atención y es justo cuando se da el dato estadístico de cuántos embarazos no deseados se dan en España.





Es al inicio de la publicidad, luego de que Elena pregunta a Víctor ¿Sabes una cosa? Empiezan los segundos más altos de atención. La frase “Si quieres, si quieres... puedes” es la que menos atención tiene.

En cuanto al atractivo emocional, se puede determinar que son los primeros diez segundos y los últimos segundos los que han tenido una connotación de relajación. Como conclusión, el spot es más racional que emocional.

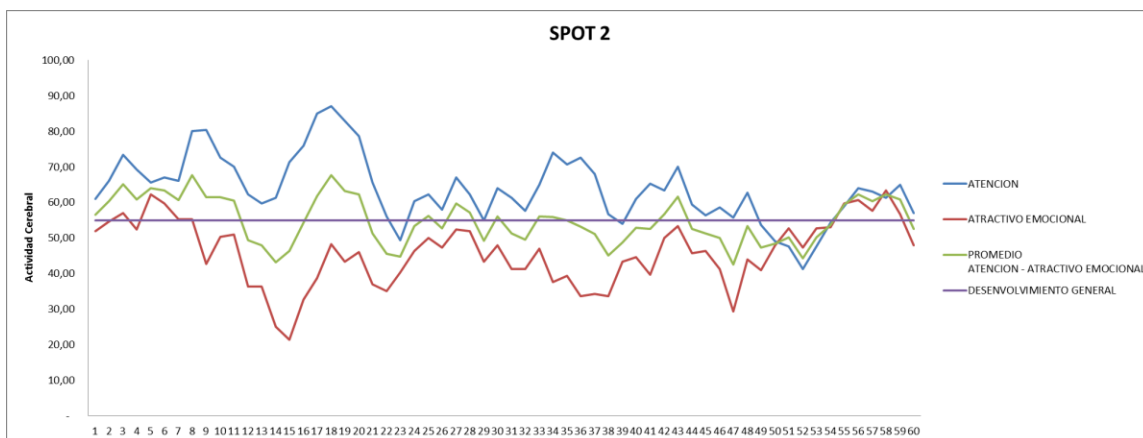


Tabla 5 Análisis Neurosky spot 2

2.2.3 Campaña “El control de tu vida lo tienes tú” (Venezuela)



Ilustración 14 Imagen de la campaña "El control de tu vida lo tienes tú"

Spot institucional

Duración: 1 minuto 11 segundos.

Año: 2009

Objetivo de la campaña: Promover entre los adolescentes la prevención de un embarazo antes de tiempo.

Concepto: El de motivar a que los adolescentes tengan un proyecto de vida.

Personajes: Los personajes son jóvenes adolescentes, Daniel Prieto Castillo indica que utilizar el socio drama ayuda a la inmediatez del mensaje. Los adolescentes que hablan lo hacen de manera natural, comentan lo que para ellos son las consecuencias de un embarazo adolescente, como si hablaran de lo que le sucede al personaje que se ve en el spot. El personaje principal es una chica joven, una madre adolescente. El rol que desempeña es de víctima, se le ve triste y aburrida. Lo que dicen de ella la victimiza.

UNFPA en Venezuela elabora la campaña “El control de tu vida lo tienes tú”. Utiliza una serie de spots para promoverla, los spots cuentan historias de vida acordes a cada temática que quieren promover. El de planificación familiar es narrado por una madre que ha tenido varios hijos sin planificarlos, luego de mostrar la problemática indica que una mujer que planifica su familia, planifica el resto de su vida. Finaliza con las imágenes de una familia considerada ideal, padre y madre con dos niños.

El del VIH indica que cualquier persona puede tenerlo, “tu preferencia sexual no tiene nada que ver, el amor no te previene del VIH, usa el condón, debemos usar preservativo, la prevención está en nuestras manos”. Son las frases que se dicen en el spot.

La publicidad elegida para pieza de estudio utiliza voces intercaladas, las imágenes son de una chica joven que al parecer tiene un bebé, existe una coherencia entre lo dicen los adolescentes y lo que se ve, es una historia de vida.

“Ella tuvo su primer bebé cuando tenía 13 años, pero no tiene la madurez para criar a su hijo, no pudo terminar el cole, no puede salir con los panas, segundo 30 una relación sexual es algo más íntimo, los padres tienen que hablarnos de sexualidad, mejor esperamos, si tienes relaciones sexuales siempre pero siempre usa el condón, tener un proyecto de vida es tu mejor protección” Todas estas son las frases que se dicen en el spot. El control de tu vida lo tienes tú es el slogan que se repite al final de cada publicidad de la campaña.

2.2.3.1 Resultado análisis Neurosky spot 3

Promedio de atención: 55,39

Promedio de atractivo emocional: 49,98

Promedio de desenvolvimiento general: 52,33

Es interesante ver cómo sube el índice de atención del spot al inicio es bajo y va a la par con la emotividad, pero desde el segundo 22 empieza a aumentar la atención hasta el segundo 29, es justo en el momento en el que se ve a la madre adolescente sentada en el salón de una casa pequeña, con su bebé, mira la televisión, se le ve aburrida, el bebé llora y ella lo carga. La frase que se escucha es: “tener un hijo implica cero salir con los panas, eso es un trabajo a tiempo completo porque tener un bebé no es algo que tú puedes apagar y dejarlo ahí” en ese momento la madre adolescente apaga el televisor. Cando dice el slogan de la campaña la atención tiene un buen nivel, pero no alcanza los picos más altos. En cuanto a la emotividad, no existe un pico relevante. Se mantiene casi igual a lo largo del spot.



Ilustración 15 Collage de los segundos que más atención atrae en las adolescentes

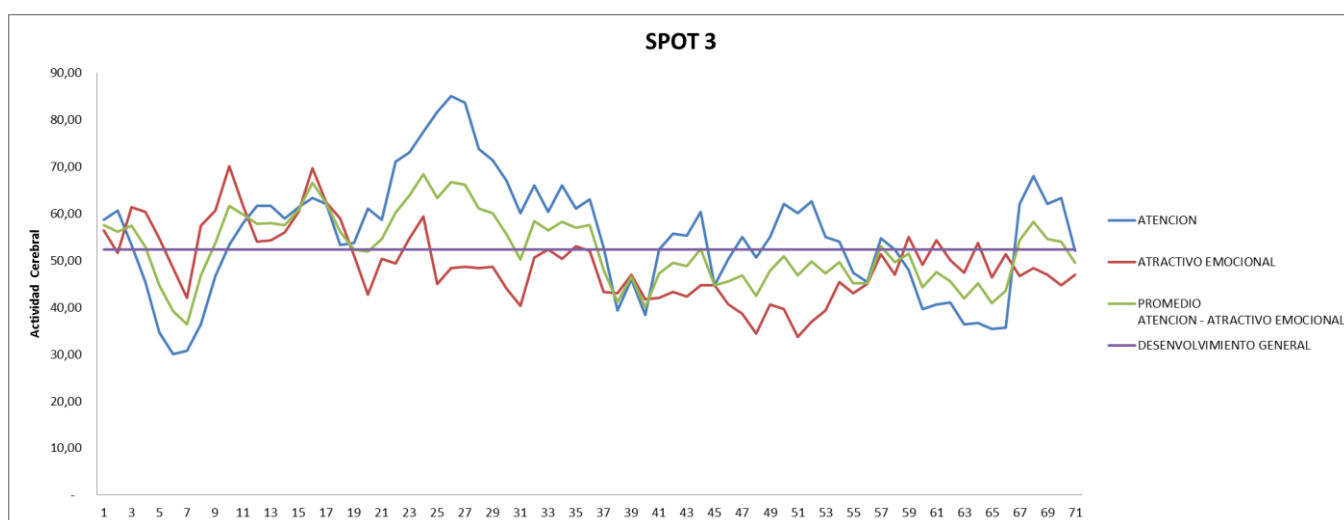


Tabla 6 Análisis Neurosky spot 3

2.2.4 Campaña “yo pongo condón” (España)



Ilustración 16 Logotipo de la campaña "Yo pongo condón"

Spot institucional

Duración: 42 segundos

Año: 2008

Objetivo de la campaña: prevenir los embarazos no deseados en adolescentes, utilizando para ello el condón como método anticonceptivo.

Concepto: Como se puede apreciar en el título de la canción “Yo pongo condón”, se trata de un original hip-hop cuya letra incluye una sola vocal, la “o”. Quienes desarrollaron la campaña prestaron especial atención a los intereses del público objetivo y también crearon espacios en redes sociales como Facebook y Tuenti, además de la web oficial, desde donde es posible descargar el tono del anuncio. La letra de la canción encierra el concepto de la campaña.

Personajes: Son juveniles, desenfadados, parece a simple vista que la campaña es para jóvenes que ya tienen relaciones tomando precauciones, totalmente coadyuvante el papel de la pareja que aparece en el video.

El contexto es en una habitación de un hotel o de un piso cualquiera. La intención es contar un momento de la vida de esta pareja cantada al ritmo del hip-hop. La canción

estuvo sonando durante mucho tiempo en varias discotecas de España, como una alianza que se estableció con el Ministerio de Sanidad y Política Social y el Gobierno Nacional de ese país. Lo más atractivo es el juego de palabras en la letra del tema musical.

2.2.4.1 Resultado análisis Neurosky spot 4

Promedio de atención: 51,72

Promedio de atractivo emocional: 48,72

Promedio de desenvolvimiento general: 50,22

Este spot es el que menos atención y atractivo provocó en las adolescentes según el análisis del Neurosky y también por lo que dijeron en la conversación mantenida después de la investigación. Les parece algo confusa la letra y no les llega.

Los segundos que más llamaron la atención son del segundo 22 al 31, coincide en el momento que la chica se aleja, y el chico se queda pensando un segundo y canta: “Bombón, yo propongo. Condón, como modo. Lo cojo, lo toco, lo pongo”.

Son en esos segundos en los que ellos se abrazan y más cerca están, la atención es eminente. Cuando esto sucede la emotividad baja, como en los casos anteriores el atractivo emocional es bajo.



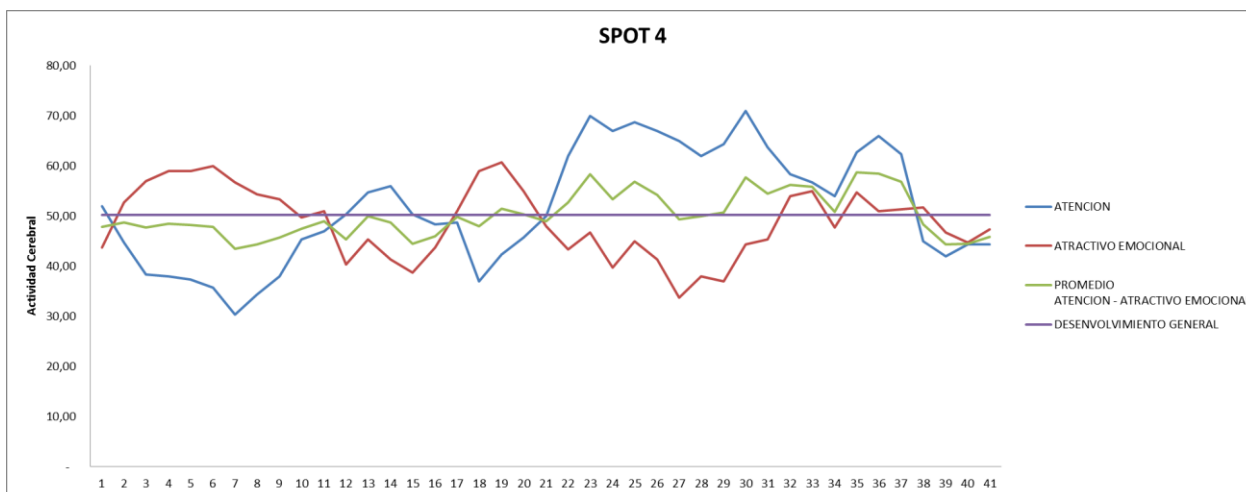


Tabla 7 Análisis Neurosky spot 4

En la conversación mantenida al final del estudio, las adolescentes indican que lo que más les impacto y recuerdan es el spot 2, les agrada que sea la pareja la que tome la decisión en conjunto, “el embarazo es cosa de 2”. También recuerdan el tercer spot, cuando se ve a una niña ponerse tacones, para ellas el mensaje es claro, la maternidad es cuestión de responsabilidad y la metáfora de ponerse tacones indica que “el papel de madre le queda grande”.

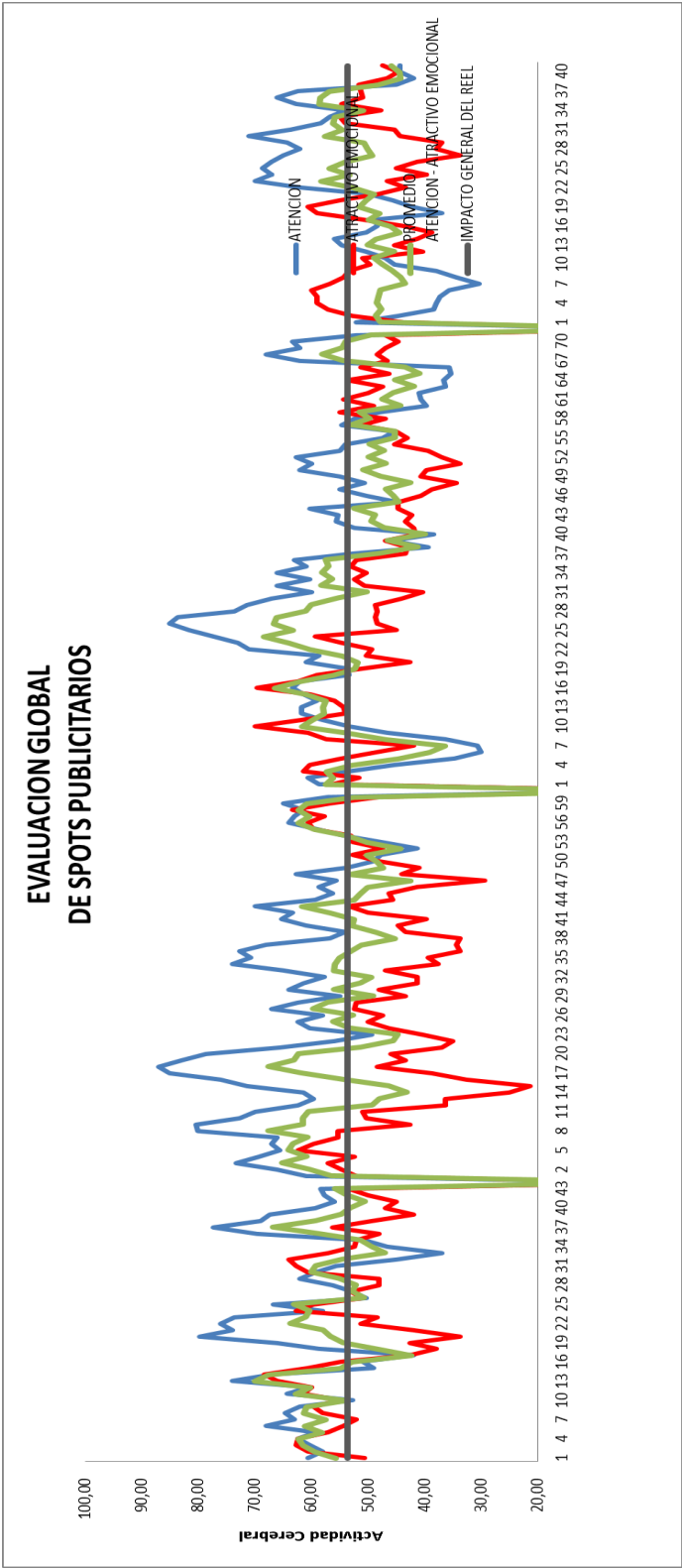


Tabla 8 Evaluación global de spots publicitarios

Conclusiones y recomendaciones

Los objetivos planteados en la investigación se cumplieron en su mayoría, la contextualización teórica puede ser ampliada y actualizada en próximas investigaciones. El diseño permanente del arte, el análisis de estudios pares, el constante estudio de campañas similares hace que el tema de investigación sea relevante y perdurable.

Como objetivo puntual se logró analizar cuatro campañas homólogas de diferentes países, se concluye que cada una se elaboró con diversas estrategias basadas en mensajes más racionales que emocionales. Los spots que se tomaron como referencia de análisis gustaron al público objetivo, impactaron y lograron su cometido de informar sobre el problema que conlleva tener relaciones sexuales sin prevención, tal como lo describieron las adolescentes, quienes aportaron en la investigación con sus ideas y comentarios, tales como presentar a gente joven en las publicidades, hablar con un lenguaje natural, claro y real sobre las consecuencias de la problemática.

Al analizar las campañas se recomienda que toda campaña de prevención del embarazo en adolescentes debe ser elaborada por un equipo conformado por médicos, psicólogos, educadores y comunicadores. La metodología para obtener información y retroalimentación debe contar con la participación de asociaciones juveniles, padres de familia, profesores, madres y padres adolescentes.

Se ha visto a lo largo de la investigación que los mayores errores que se han cometido en el momento de realizar campañas es no conformar un equipo completo de trabajo, no realizar pruebas piloto, pretest y posttest publicitarios, plantear objetivos poco reales, no realizar metodologías profundas para conocer al público objetivo y su entorno, entre otros.

La educación en temas de sexualidad debería garantizar un enfoque afectivo, no se puede mirar a la sexualidad como el tabú de siempre. A pesar de la evolución de la sociedad, aún se tienen patrones socioculturales que hacen que la información sobre

anticoncepción y sexo seguro, sean considerados como temas asociados al libertinaje. El objetivo de prevenir embarazos no deseados en la adolescencia utilizando métodos anticonceptivos es considerado en nuestro medio como la aprobación a tener relaciones sexuales desde muy joven, lo que ocasiona que el adolescente sepa que de una u otra forma se mete en un tema complicado, del que casi no se habla o que da vergüenza hablarlo, cuando debería ser todo lo contrario.

El objetivo principal de la investigación fue identificar cuáles son los valores del público meta al cual se dirige una campaña de prevención del embarazo en adolescentes utilizando algunos métodos de investigación cualitativa. Se identificaron como valores más relevantes que marcan la identidad de las adolescentes objeto de estudio a los siguientes:

- Honestidad
- Sinceridad
- Responsabilidad
- Amistad
- Respeto
- Optimismo.

Si se considera el uso de estos valores al construir mensajes se determina que son más efectivos, partiendo de lo obtenido en el análisis neurocientífico que se realizó con los spots de campañas de prevención utilizados en la investigación. En el lema “Evitar embarazos no deseados es cosa de dos”, se pretendió transmitir los valores de “relaciones en igualdad y respeto mutuo”, mediante la corresponsabilidad en la toma de decisiones sobre prácticas sexuales y usos de métodos anticonceptivos. Este lema es utilizado en el spot que más gustó y más recuerdan las adolescentes, acotaron que el diálogo honesto que utilizaron los personajes demostró que la sexualidad tiene que ser tratada de una manera sincera y directa.

Se puede trabajar con más valores acordes a la identidad del público objetivo, que hablen y toquen sus valores prioritarios en la vida. Crear personajes que tengan los

valores que conforman la identidad del grupo objeto de estudio, jugar creativamente con mensajes en soportes que muestren proyectos de vida. Sentir a los personajes familiares, sinceros, mensajes honestos, optimistas. Dar un papel “a la madre” en mensajes y testarlos para conocer si son efectivos y cumplen los objetivos acordes a los conceptos de campañas.

Solamente al realizar la investigación se puede decir que elaborar mensajes efectivos es una tarea ardua, que no es fácil y que debe realizarse concienzudamente. Los objetivos que se plantearon sobre elaborar mensajes y evaluarlos en piezas elaboradas para tal fin, no se pudieron lograr; se pensaba en un principio testear mensajes en impresos o en audios, pero al aplicar el Neurosky y realizar el análisis de resultados se determinó que lo más efectivo para obtener la percepción clara del mensaje es el uso de spots, al ser el medio idóneo que provoca sensaciones completas que estimulan a los sentidos auditivo y visual. Al realizar el contacto con el proyecto CERCA se estableció con el Dr. Bernardo Vega validar los mensajes de nuevas propuestas en su página de Facebook, sería el primer paso de evaluación para obtener criterios más certeros en el momento de grabar spots.

También se recomienda continuar con la investigación realizada, se tiene que identificar valores en adolescentes tempranos, desde los 10 años. Es cuando se tiene que trabajar para prevenir que tengan relaciones sexuales sin protección, es cuando se les puede proyectar a una vida planificada, estructurada por sus propios sueños y anhelos, no por los sueños impuestos por otros seres ajenos en edad, educación y entorno. Se necesitaría ampliar el rango de edad del público objeto de estudio.

Faltan investigaciones por hacer, como se ha visto en el desarrollo de la tesis, queda mucho por conocer alrededor de la problemática. Faltan datos estadísticos que indiquen cuántos embarazos se producen como consecuencia de abusos sexuales en adolescentes. Faltan estudios que divulguen los resultados que ha obtenido el Gobierno con cada campaña o estrategia realizada para mejorar la SSR o a favor de la planificación familiar.

En el año 2014 se tiene previsto realizar la encuesta ENDEMAIN, también la ENSANUT (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición) está planificada para el año 2013, la ENIPLA dará a conocer resultados de su labor cada año, según sus objetivos. Ahora es el momento de seguir trabajando, de establecer alianzas estratégicas con otras universidades, de buscar fondos a través de políticas públicas, de desarrollar planes de marketing social, todo con tal de disminuir el índice de embarazos en adolescentes.

Si se considera el número de embarazos adolescentes como un indicador del subdesarrollo se podría decir que el Ecuador es un país en vías de desarrollo preocupado por bajar el incremento de este problema de salud pública, que está trabajando a través de estrategias intersectoriales para lograr sus objetivos, y alcanzar los ODM.

La tarea no es fácil, es una tarea dura pero totalmente gratificante, saber que se está aportando para cerrar en algo “la puerta a la pobreza”. Se recuerda que el círculo inicia con cada menor nacido de una madre que no estuvo preparada para tenerlo, cuando nace un menor no deseado. Desde el factor emocional con la falta de cariño, vienen todas las consecuencias que conlleva traer un niño al mundo cuando no se está preparado, la oportunidad de seguir estudiando, de obtener un buen empleo. Quien no está preparado, quien no trabaja, no tiene recursos económicos para sacar una familia adelante, no puede darle educación, salud, alimentación. El círculo sigue.

Se puede cerrar una de las puertas a la pobreza trabajando en crear nuevas y mejores estrategias para construir campañas con mensajes efectivos, para crear mejores soportes y planificar de manera integral programas acordes al adolescente ecuatoriano, hereditario de unos patrones socioculturales con aspectos positivos y negativos, hereditario de un país que durante años no ha dado la importancia que se merece a la educación sexual y reproductiva en cada aula de cada centro de estudios.

Se concluye en esta investigación que sí se puede plantear a la identificación de valores del público meta como un punto de partida para elaborar mensajes en diversos soportes de campañas de prevención del embarazo adolescente y se recomienda a los

futuros investigadores ir por esta línea metodológica más profunda y certera, para luego validar con nuevas y mejores herramientas los mensajes frutos de este método atractivo y real.

Anexos

Anexo 1. Mujeres de 15 a 24 años de edad que tuvieron la primera relación sexual antes de cumplir las edades específicas, según características seleccionadas. Cuadro 14.10 ENDEMAIN 2004.

ENDEMAIN 2004: Actividad sexual y salud reproductiva en mujeres de 15 a 24 años

Cuadro 14.10

Mujeres de 15 a 24 años de edad que tuvieron la primera relación sexual antes de cumplir las edades específicas, según características seleccionadas.

Ecuador: ENDEMAIN 2004

Características seleccionadas	Edad a la primera relación					Ha tenido relaciones sexuales	No ha tenido relaciones sexuales	Edad mediana	No. de casos *
	<15	<18	<20	<22	<25				
Total	8.0	30.0	40.9	45.1	46.2	46.2	53.8	19.1	3529
Área									
Urbana	7.8	29.4	40.5	45.4	46.5	46.5	53.5	19.3	1831
Rural	8.2	30.9	41.5	44.6	45.9	45.9	54.1	18.7	1698
Región y Dominio									
Sierra	5.4	23.9	35.4	40.1	41.3	41.3	58.7	19.7	2066
Quito	5.2	21.2	32.8	39.7	41.3	41.3	58.7	20.4	276
Resto Urbano	4.4	24.6	37.8	42.6	44.1	44.1	55.9	19.5	619
Rural	6.0	24.8	35.2	38.9	39.8	39.8	60.2	19.5	1171
Costa	10.5	35.6	45.9	49.7	50.9	50.9	49.1	18.6	1197
Guayaquil	9.7	33.7	42.9	48.0	48.9	48.9	51.1	19.4	290
Resto Urbano	10.5	33.7	45.2	49.2	49.9	49.9	50.1	18.6	498
Rural	11.6	40.6	50.6	52.6	55.0	55.0	45.0	17.9	409
Amazonía	11.5	42.0	52.9	54.5	54.8	54.8	45.2	17.7	195
Insular	4.8	29.8	40.4	47.1	47.1	47.1	52.9	18.9	71
Grupo étnico									
Indígena	5.8	26.1	38.9	43.1	43.2	43.2	56.8	18.9	396
Mestizo	7.9	29.1	39.6	44.0	45.4	45.4	54.6	19.3	2748
Blanco	6.8	33.6	46.4	50.5	50.5	50.5	49.5	18.3	219
Otro	16.2	52.0	62.4	63.4	64.1	64.1	35.9	17.1	166
Edad actual									
15-19	7.0	23.7	26.7	-	-	26.7	73.3	19.9	1749
20-24	9.2	37.6	58.1	67.3	69.9	69.9	30.1	18.8	1780
Nivel de instrucción									
Ninguna	34.0	62.2	67.1	71.4	71.4	71.4	28.6	16.4	45
Primaria Incompleta	18.5	50.8	59.1	62.0	62.0	62.0	38.0	16.6	286
Primaria Completa	14.5	43.4	56.6	60.9	62.0	62.0	38.0	17.8	895
Secundaria Incompleta	6.8	28.6	35.0	36.7	37.3	37.3	62.7	18.4	1368
Secundaria Completa	2.0	23.2	43.2	49.4	50.4	50.4	49.6	19.6	535
Superior/Postgrado	1.2	7.9	19.9	29.9	34.0	34.0	66.0	24.1	400
Quintil económico									
1 (más pobre)	10.9	37.3	49.7	53.4	54.1	54.1	45.9	18.4	876
2	11.5	38.9	48.7	52.6	53.4	53.4	46.6	18.2	828
3 (intermedio)	7.3	26.6	38.9	43.2	44.8	44.8	55.2	19.1	723
4	4.5	24.6	34.9	39.4	40.8	40.8	59.2	20.0	617
5 (más rico)	3.7	17.6	26.9	31.5	33.1	33.1	66.9	21.0	485

* Excluye 37 casos que no reportaron la fecha de la primera relación sexual.

Anexo 2. Guía de temas entrevistas en profundidad.

Guía entrevista en profundidad

1. Presentación del orientador y de los objetivos de la entrevista.
2. Exploración acerca de elementos básicos de la vida de la entrevistada tales como:
 - a. Ocupación.
 - b. Estructura familiar.
 - c. Vida social.
3. Ejercicio dirigido: Describir los cambios físicos y psicológicos que está pasando.
(Cambios biológicos-Sentimientos hacia uno mismo-Sentimientos hacia la sociedad)
4. Enunciación de los aspectos prioritarios en este momento de su vida. El entrevistador escribirá con marcador en una hoja blanca tamaño carta cada uno de los elementos que mencione la entrevistada.
5. Presentando uno a uno los aspectos identificados en el punto 3, se preguntará:
 - a. ¿Cuál es la primera palabra que se viene a la cabeza para calificar este aspecto en este momento de su vida?
 - b. ¿Cuál es el sentimiento/sensación que le evoca esta palabra?
6. Se nombran los siguientes términos y se le pide que indique qué imágenes evoca cada palabra.
 - a. Amor
 - b. Sexo

- c. Amistad
- d. Familia

7. Identificación de aspiraciones personales y sociales de los adolescentes:

a. Técnica proyectiva

- i. Collage: Se le dará varias imágenes, se le pedirá que seleccione a “su amiga” que narre una historia en base a la amiga (proyectiva del yo) Luego se le pedirá que le escoja una pareja. Cómo debería ser la relación de esa pareja, desde que se conocen, hasta el final. (Tienen relaciones antes, se cuidan, cuándo tienen hijos, estudian, trabajan)
- ii. Fiesta: Se pide a la entrevistada que seleccione quiénes son los amigos de la protagonista. Cómo es la relación con ellos, qué hacen, a qué dedican el tiempo libre. Tienen problemas, cómo son, a quién recurren. Después se le pide que imagine que están en una fiesta, la pareja está presente, al llegar miran a todos los chicos y chicas. ¿A quiénes ven? Depende de respuesta va el orden.
 - 1. CHICOS ¿Qué roles representan? (mesero, bailarín, borracho, enamorado, coqueto)
 - 2. CHICAS ¿Qué roles representan? (coqueta, guapa, popular, fea, triste, enamorada)
- iii. Se le da otras fotografías de adultos hombres y mujeres, se le pide que escoja a una pareja que sean los padres de la “amiga” protagonista. Cómo son, cómo es la relación con ellos. De qué hablan, hablan de sexualidad.

- b. “La amiga” A través de este ejercicio se busca determinar la percepción que tienen frente a una par que ya tiene relaciones y así entender sus pensamientos y reacciones frente a las relaciones sexuales a su edad.
 - i. Carmen habla por teléfono con su mejor amiga Paola y le cuenta que se siente agobiada porque su novio siempre quiere algo más y ella está bastante enamorada de él. La última ha sido proponerle hacer el amor. Carmen quiere que Paola le dé su opinión porque la verdad es que teme perderlo si no le complace y tiene miedo de que él se aburra, pero a la vez se pregunta si él la seguirá queriendo una vez que lo hayan hecho. Cuando Paola le va a contestar se corta la comunicación. ¿Qué le responderías a Carmen?
 - c. “El giro de la historia” A través de este ejercicio se busca determinar motivaciones, percepciones, valores, creencias y actitudes frente a las relaciones sexuales.
 - i. Y si en vez de la amiga te sucede a ti. Te enamoras. Qué suelen hacer los chicos (prueba de amor) Qué harías si la relación con la pareja llega a más. Cómo te sientes, lo haces o no lo haces, qué motiva a hacerlo, qué no te deja llegar a más. Cómo reacciona él.
8. Ejercicio de Visualización: Con los ojos cerrados, se inducirá rápidamente a la persona a un estado de tranquilidad y relajamiento. A continuación se remonta a la misma fecha actual, (8 de marzo de 2012) pero 5 años más atrás, después a un año atrás, en seguida a un año más adelante, 5 años más adelante y finalmente a 10 años más adelante. En cada etapa debe indagarse:
- a. Contexto: ¿dónde está?, ¿Cómo es este lugar?

- b. Situación: ¿Qué está haciendo?, ¿Qué está sucediendo en este momento?
 - c. Personajes: ¿Quiénes están cerca?, ¿Quiénes son importantes en ese momento?
 - d. Sentimientos: ¿Cómo se siente?, ¿Hay algo que le haga feliz?, ¿Hay algo que le entristezca?, ¿Por qué?
9. Continuando con los ojos cerrados: Vamos a suponer que tu vida actual está formada por muchas partes que están puestas sobre una mesa y estás sentada contemplándolas; además de estos elementos tenemos cualquier otra cosa en la vida o del mundo que te parezca importante.
- a. Sobre la mesa tenemos un cofre, imagínatelo como quiera, como te parezca que es el cofre más bonito que jamás hayas visto. Al lado de la mesa, sobre el piso, tenemos una caneca. En el cofre vamos a guardar lo que para ti es más importante y que siempre quisieras tener contigo, ya sea porque lo tienes ahora o porque lo quisieras tener: ¿Qué guardamos en el cofre?
 - b. Ahora vamos a botar en la caneca todas aquellas cosas que quisieras sacar de tu vida: ¿Qué tiramos a la basura?
- Se cierra la visualización/se abren los ojos.
10. Personajes que se admiran y razones que lo respaldan.
11. Descripción de un día cotidiano entre semana y un día típico del fin de semana (diferenciar viernes, sábado y domingo), haciendo énfasis en los momentos de relacionarse con la pareja, amigos, amigas, familia.
12. Comentarios varios y cierre.

Anexo 3. Matriz entrevistas en profundidad.

Ocupación	Estructura Familiar	Vida Social	Tiempo

Cambios físicos	Cambios psicológicos	Sentimientos hacia uno mismo	Sentimientos hacia la sociedad

Enunciación del aspecto prioritario (se le dice los aspectos porque no quiere hablar de ello)	Palabra que evoca y razones	Sentimientos o emociones asociadas y razones

Asociación de palabras	
Amor	

Sexo	
Amistad	
Familia	

Collage pareja (Ella y él)	Fiesta: grupo de amigos	Relación con los padres

La amiga	El giro de la historia

Ejercicio de visualización	Contexto	Situación	Personajes	Sentimientos
Hace cinco años				
Hace un año atrás				
Un año adelante				
Cinco años adelante				
Diez años adelante				

Lo que bota a la basura	Lo que guarda en el cofre

Personaje que admira y razones	Aspectos con los cuales se identifica	Aspectos que le faltan (quisiera desarrollar)	Acciones a tomar para generar mayor identificación con el personaje

Descripción de las rutinas de un día entre semana	Descripción de las rutinas de un viernes	Descripción de las rutinas un sábado	Descripción de las rutinas un domingo

Anexo 4. Guía de temas grupo focal.

Grupo focal

Ambientación psicológica

Presentación de las asistentes y los objetivos de la sesión

1. Buenos días, mi nombre es Caty González, soy profesora en la Universidad del Azuay. Estamos realizando una investigación sobre la sexualidad en los adolescentes. Por esta razón les hemos reunido, para conversar con ustedes y conocerlas mejor, son adolescentes y están dentro de nuestro grupo de estudio. Todo lo que hablemos hoy se quedará entre nosotros, la información que obtendremos en esta reunión servirá para facilitar el trabajo de los comunicadores que hacen campañas sociales en beneficio de los adolescentes y la sociedad en general. En el informe de la investigación no las llamaremos por su nombre completo, se mantendrá la privacidad de cada una de ustedes.
2. Ejercicio dirigido: Se anotará el nombre de cada una en un papel, para eso escogerán el marcador del color que más les guste.
 - a. Nos presentamos y explicamos qué significa para nosotros “ese nombre”(identidad)
3. Ejercicio dirigido: Escribir en un papel los cambios físicos y psicológicos que están pasando sin restricciones o temores. (Cambios biológicos-Sentimientos hacia uno mismo-Sentimientos hacia la sociedad)
4. Información: Cuál es la educación sexual que han recibido (vacíos, biológicos, sentimientos)
5. Ejercicio dirigido: Les voy a decir algunos términos, quiero que me digan qué imágenes evoca a cada palabra. Por ejemplo, azul –agua. Maestro-conocimientos. Al responder vamos a preguntar sentimientos asociados a cada respuesta. Cuándo cuentan con esa persona, pareja, amigo, familia.
 - a. Amor

- b. Sexo
- c. Amistad
- d. Familia

6. Identificación de aspiraciones personales y sociales de los adolescentes:

- a. Técnica proyectiva
 - i. Collage: Se les dará varias imágenes, se les pedirá que narren una historia de cómo debería ser la relación de esa pareja. Desde que se conocen, hasta el final. (Tienen relaciones antes, se cuidan, cuándo tienen hijos, estudian, trabajan)
- b. Fiesta: Se pide a las participantes que piensen en esas personas dentro de una fiesta, de tal forma que se imaginen que están presentes, al llegar miran a todos los presentes chicos y chicas. ¿A quiénes ven? Depende de respuesta va el orden
 - i. CHICOS ¿Qué roles representan? (mesero, bailarín, borracho, enamorado, coqueto)
 - ii. CHICAS ¿Qué roles representan? (coqueta, guapa, popular, fea, triste, enamorada)
- c. “La amiga” A través de este ejercicio se busca determinar la percepción que tienen frente a una par que ya tiene relaciones y así entender sus pensamientos y reacciones frente a las relaciones sexuales a su edad.
 - i. Carmen hablar por teléfono con su mejor amiga Paola y le cuenta que se siente agobiada porque su novio siempre quiere propasarse y ella está bastante enamorada de él. La última ha sido proponerle hacer el amor. Carmen quiere que Paola le dé su opinión porque la verdad es que teme perderlo si no le complace y tiene miedo de que él se aburra pero a la vez se pregunta si él la seguirá queriendo una vez que lo han hecho. Cuando Paola le va a contestar se corta la comunicación. ¿Qué le responderían ustedes a Carmen?

- d. “El giro de la historia” A través de este ejercicio se busca determinar motivaciones, percepciones, valores, creencias y actitudes frente a las relaciones sexuales.
 - i. Y si en vez de la amiga les sucede a ustedes: Se enamoran, qué suelen hacer los chicos (prueba de amor) Qué harían si la relación con la pareja llega a más. Cómo se sienten, lo hacen o no lo hacen, qué motiva a hacerlo, qué no les deja llegar a más.
- 7. “En Albanta” A través de este ejercicio se identifican aspiraciones personales de las adolescentes, se buscan nuevas formas de entender la sexualidad.
 - a. Albanta es un lugar ideal en el que las personas que allí habitan son libres y felices porque llevan la vida que soñaron, la vida que decidieron tener un día.
 - b. La búsqueda de Albanta, deben reflejarla por escrito y de manera individual.
 - c. (Tips: con qué sueñan, cuáles son las cosas que no les gusta y qué cambiarían del mundo que les rodea y de ustedes mismos) Relacionar con el embarazo adolescente puede truncar esas aspiraciones que los/as adolescentes han escrito.
- 8. Comentarios varios y cierre
 - a. ¿Qué se puede cambiar de la educación actual para contribuir a que los adolescentes vivan de manera responsable la sexualidad?
 - b. ¿Por qué se dan los embarazos en adolescentes? (tiene que ver con la información y educación sexual)

Anexo 5. Entrevistas en profundidad realizadas a madres adolescentes.

Observaciones generales de las entrevistadas.

Daniela Carchi



18 años, graduada en el colegio Ciudad de Cuenca.

Madre de Cristina de seis meses.

Ella es Daniela Carchi, una joven de 18 años de edad, de estatura baja, contextura delgada y piel morena. Graduada en el colegio Ciudad de Cuenca, es la última de tres hermanas. Su madre y su padre están actualmente en los Estados Unidos, su abuela de aproximadamente 65 años se quedó a cargo de las tres nietas, Daniela dice haberse acostumbrado a vivir sin sus padres, pero eso no significa que no los extrañe.

Tenía un enamorado menor a ella, lo conoció en su barrio, eran vecinos. Él tiene un hermano que fue enamorado de su hermana, siempre salían en “parejitas”. Lo hacían a escondidas ya que su abuela no les dejaba salir mucho, “a duras penas a comprar el pan y la leche” porque dice Daniela que la abuela tenía miedo de que suceda lo mismo que con

su hermanan mayor que quedó embarazada cuando estaba en el colegio y le tocó casarse por obligación.

Daniela se quedó embarazada a los 17 años cuando todavía estaba en el colegio y dio a luz hace 6 meses a su hija Cristina.

A Daniela le gusta todo tipo de música en especial el reggaetón, cuando estaba en el colegio salía a fiestas con sus amigas y también hacían coreografías. Vive en la casa de los padres de su pareja, no se han casado y comenta que la relación con sus suegros no es buena, porque dice que “se meten mucho en su relación” y que le toca estar ahí porque no tienen dinero para rentar un departamento, y tampoco pueden ir a vivir donde su abuela porque ella no acepta su relación. Su bebé es la razón por la que quiere salir adelante y volver a estudiar.

Observación

Es sábado, ocho de la mañana, comenta que al levantarse agradece a Dios por un día más de vida y lo primero que hace es atender a su hija, bañarla, vestirla y darle de comer, cuando lo hace su semblante se torna de felicidad. Al hablarle a su bebé le dice “aquí está mamá” y la pequeña sonríe. La envuelve en una toalla y la lleva a su cuarto en donde la seca, le pone colonia, la cambia, le da su alimento y la hace dormir.

Luego va hacia la cocina, hace el desayuno para ella y su novio que se levanta más o menos a las 10 am, prepara café, jugo y pone el pan en el centro de la mesa. Llegan el novio a la cocina y no se saludan con un beso, simplemente llega y se sienta para que Daniela le sirva el desayuno. Se sientan los dos en una mesa muy sencilla, se demoran en desayunar unos diez minutos. Luego él se va al trabajo, se despiden con un beso. Daniela indica que se vuelven a ver en la noche.

Daniela saca a pasear a Cristina, es un día soleado, le canta y le cuenta historias mientras pasean iguales. Es notoria la incomodidad que tiene por el hecho de sentirse observada. Daniela va a la casa de su abuela y pasará todo el día ahí hasta que anochezca,

luego regresará a hacer la merienda para su novio, alimentará a su hija y le hará dormir. Daniela indica que por el momento es la rutina que repite todos los días.

Para Daniela lo más importante en su vida es su hija, desea poder salir adelante con ella y con su pareja, indica que en el futuro espera seguir estudiando y poder trabajar, por el momento no ha decidido qué estudiar, sus proyectos están focalizados en ser madre. Habla sobre la protección exagerada que recibió de parte de su abuela y sobre cómo sufrió el abandono de sus padres. Daniela indica que buscó cariño y amor en su pareja, ella se quedó embarazada cuando se escapó con su novio.

Pamela



17 años.

Madre de un niño de 1 año.

Pamela por el momento se dedica a ser “ama de casa”, vive con su marido y su niño en casa de la suegra, a pesar de que no tiene buena relación con ella, también vive con tres cuñados. Al preguntarle por los estudios no quiere hablar al respecto, simplemente comenta que los dejó por el momento y que ya volverá a estudiar.

La relación con su marido no está en la mejor etapa, según indica Pamela, pero ella espera que por el bien de su hijo la situación mejore, no quiere que su niño crezca sin

padre. Para distraerse ve telenovelas o escucha música, algunas veces sale con su marido a bailar, indica extrañar la época cuando podía salir con sus amigas.

Pamela creció junto a su madre, hermanos y padrastro, a quién le tiene un enorme aprecio ya que él le brindó todo el cariño de un padre. A Pamela le gustan mucho “los números” y su proyección es trabajar en un banco como cajera, espera poder estudiar más y lograr su sueño.

Observación

Es sábado por la mañana, Pamela después de despertar atiende a su pequeño, lo baña, lo viste y lo alimenta. Pamela desayuna y se queda en casa toda la mañana, nos indica que esa es la rutina que tiene toda la semana, se pasa en casa “encerrada”. En la tarde llega su marido y se alistan para salir al centro comercial, es lo que suelen hacer los fines de semana. Pamela es feliz cuando atiende a su niño, pero el resto del tiempo ve la televisión, demuestra estar cansada y algo aburrida.

Para Pamela lo más importante de su vida actualmente es su hijo, nombra varias veces a su marido pero indica, en más de una ocasión, que él desconfía de ella, que hace demasiado caso a su madre, y que si la situación no mejora ella se separa. Pamela echa de menos a su familia, a sus hermanos, a su madre y a su padrastro, cuenta con el apoyo y cariño de ellos, pero no puede volver a casa porque su marido no quiere salir de la suya. La situación es incómoda para Pamela.

Samanta Álvarez



17 años de edad, madre de una niña de 6 meses.

Samanta es una joven extrovertida, vive con sus padres, sus dos hermanas menores y su niña de seis meses. Está estudiando en el colegio “El Valle”, cursa el sexto año. Recibe apoyo tanto de su madre como de su padre, además sus hermanas menores también la ayudan con la niña.

Al hablar de sus aficiones señala que usa muy poco Facebook, prefiere disfrutar de su tiempo libre arreglándose, le gusta pintarse las uñas, también salir cuando puede. Tiene un iPhone, regalo del padre de la niña, donde indica tener la música que le gusta. Comenta que los fines de semana suele ir a casa de la abuela paterna, se siente bien cuando lo hace; está a gusto viviendo en su casa, con su familia. Samanta ayuda en los quehaceres, ya sea preparando la merienda, arreglando o barriendo la casa los fines de semana, por lo que se pudo observar su madre la consiente mucho, se nota en el trato y cuando da órdenes a las hermanas.

Samanta no vive con el padre de la niña, recibe de él una mensualidad (pensión), se ven solamente cuando le tocan las visitas con la pequeña. Él es policía y es mayor a ella, en ciertos momentos Samanta se expresa de él con rencor, manifiesta que no sabe cómo se involucró con él, que él es “moreno, mayor y feo”. Samanta indica que su madre suele decirles continuamente a ella y a sus hermanas que deben salir con chicos “con plata”, sin dar importancia a nada más.

Observación

Samanta demuestra inseguridad en ciertos momentos, depende mucho de su mamá para tomar decisiones de cómo cuidar a la niña. La actitud de Samanta da a pensar que primero están sus prioridades más que las de la niña, en el momento de arreglarse o de comer no presta la debida atención a la pequeña.

Se observa que Samanta tiene más empatía con su madre que con su padre, trata a su mamá como si fuera una más de sus hermanas, no la dice mamá, la llama por su nombre “Magali”, el padre realmente no habla mucho en casa. Magali es partidaria de que Samanta salga a fiestas, en un momento de la entrevista cuando escucha hablar sobre lo que hace en el tiempo libre comenta que “su hija debe disfrutar su juventud”. Magali también fue madre adolescente, se embarazó a los 15 años.

Durante el día que se realizó la observación, se notó que las tareas de la casa las hacen las hijas, Magali ordenaba solamente, en ese momento limpiaban, pero parece que era por la presencia de gente ajena, se observó desorganización en el hogar y falta de limpieza.

Mónica

18 años

(SIN FOTO)

Mónica vive y trabaja en el convento de las madres corredentoras ayudando en la cocina y en la comunidad. Vive con su niño de dos años, el pequeño se queda en la guardería mientras ella trabaja. En el momento de realizar la entrevista está embarazada de 8 meses. Mónica estudió hasta tercer curso, es oriunda del cantón Sigsig, lugar donde ha vivido hasta hace pocos meses que decidió salir de ahí para entrar en el convento hasta que mejore su situación. Mónica a lo largo de la conversación nunca quiso contar por qué decidió ir al convento. Al inicio indicó que contaba con el apoyo de sus padres, pero

después contó que ellos viven desde hace varios años en Estados Unidos, quien crió de ella y sus hermanos ha sido la abuelita.

Mónica dejó la escuela para ayudar a su abuela a tejer sombreros de paja toquilla, jugaba poco y salía sólo con su abuela. Su tiempo libre lo dedicaba a escuchar música, baladas de “los temerarios” de preferencia, o veía telenovelas con su abuelita. Mónica conoció a su novio en el Sigsig, era mayor a ella, tenía 22 años. Cada vez que habla de él, Mónica llora, le incomoda el tema y se queda callada, a momentos su llanto es inconsolable, es difícil mantener los objetivos de la entrevista.

Mónica siente que ha fallado dos veces a su familia, al hablar de su novio indica que la relación fue “más o menos” él no ve al niño pero sí le conoce, la familia de él si tiene relación con el pequeño. No podemos saber a lo largo de la entrevista si el segundo niño es también de él, porque al preguntar el cómo se tomaron la noticia de saber que tendrá otro pequeño, sólo dijo que todos se quedaron asombrados. Para ella lo más importante en su vida es su pequeño Rafael y el bebé que viene en camino, a pesar de indicar que tiene miedo por lo que vendrá dice que sus niños le darán fuerza para trabajar.

Mónica demuestra mucho cariño y respeto hacia su abuelita, la define como madre, le agradece cómo le cuidó y apoyó en todo, no para de llorar cuando habla de ella. Indica algunas veces lo mal que se siente porque ha fallado a sus padres.

El trato que recibe en el convento es bueno, pero notamos que al estar presente una de las compañeras y al saber que la madre Rosa está cerca, se le nota incómoda al hablar de cómo es su rutina, sólo en un momento indica con tristeza que su niño suele llegar con mordeduras de la guardería, que siente que no le cuidan bien. Tiene el sueño de poder trabajar en costura o como cocinera para sacar a sus hijos adelante, en varias ocasiones el niño es quien consuela a su madre y ella sonríe. Define el ser madre como “un regalo que Dios le dio” Indica que las madres corrededoras le apoyan, aconsejan y de vez en cuando, tiene charlas con estudiantes de psicología de la Universidad Estatal.

Informe general de las entrevistas en profundidad

Las entrevistadas se dedican a cuidar de sus niños, una de ellas lo tiene que dejar en la guardería medio tiempo para trabajar y la otra deja a su hija con su madre para estudiar, solo una de ellas sigue estudiando, las demás han dejado sus estudios.

Sus familias son numerosas, tienen entre 3 o 4 hermanos. Los padres de dos de ellas están en Estados Unidos y en las dos situaciones ellas han sido criadas por sus abuelas respectivas.

Dos de ellas viven con su pareja y su hijo/a en casa de sus suegros, la otra está en la casa de acogida de las madres corredoras al ser una situación especial, la otra se quedó a vivir en su casa con su propia familia.

Las aficiones de ellas van desde mirar telenovelas a escuchar música, a otra de ellas le gusta arreglarse y pintar sus uñas. Las chicas que viven con su pareja salen con ellos cuando pueden, van a bailar o de paseo, pero mencionan que es difícil salir, no lo hacen como antes. Una de ellas señala que cuando estaba en el colegio salía con sus amigas a bailar, eso ya no lo puede hacer y lo echa de menos. Otra indica que “pasa encerrada” La adolescente que está en el convento, Mónica, no suele salir, sólo se va a su tierra cuando puede algún fin de semana, la que vive con sus padres sale de fiesta porque su madre le dice que tiene que “disfrutar que es joven”.

Las situaciones de las entrevistadas son diferentes, lo que afecta a las actividades que realizan en su tiempo libre, o si tienen vida social. No tiene comparación la situación de Mónica con las otras, las demás cuentan con el apoyo de sus parejas, suegros, padres. Mónica por alguna razón está en situación de acogida en el convento, está sola. Ha sido notoria la falta de cariño y compañía, Mónica no deja de llorar y de sentirse culpable, el hecho de decir varias veces “he fallado a mis padres” describe su situación, ella siente culpa y eso no la deja avanzar. En el caso de las demás demás no se percibe la culpa de manera tan clara, en el caso de Samanta, quien no vive con su pareja, se nota un cierto

alivio de no vivir con él, pero sí es claro el arrepentimiento al decir que no entiende cómo pudo haberse “metido” con él.

La prioridad en la vida de cada una es su pequeña o pequeño, acompañan su sentimiento con palabras tales como: Vida, alegría, una lo define como “lo más grande” y otra como “lo que le alienta a salir adelante y volver a estudiar” También en sus prioridades están sus parejas (las que lo tienen) y sus madres, más que padres, sus hermanas y familia ocupan parte de su prioridad.

A la madre la tienen en un lugar especial, ya sea a quien ha desempeñado dicho papel como es el caso de las abuelitas. Definen a la madre como: Amiga, apoyo, comprensión, la asocian con amistad incondicional.

Es importante destacar el papel que desempeña la madre en la vida de las jóvenes adolescentes, se visualizan con ellas en el futuro y la recuerdan en el pasado, también es la persona que más admiran. En el momento de construir mensajes es importante contar con este indicador, la madre ocupa un papel fundamental de apoyo, amistad y comprensión en todo el proceso de crecimiento de la adolescente, antes y después de ser madre.

Al aplicar técnicas proyectivas de visualización, como la del cofre y papelería, se obtiene que las entrevistadas recuerden su vida hace cinco años de una manera positiva, se ven felices, jugando, inocentes en el colegio o en casa, se ven rodeadas de la madre, hermanas, compañeros y amigos. Hace un año su vida cambia radicalmente, ellas estaban embarazadas y sentimientos como: Tristeza y preocupación se hacen presentes. También aparece la responsabilidad, al cuidarse porque están embarazadas, recuerdan que comían bien, se imaginaban su vida con el bebé.

Sin embargo en el futuro se proyectan estudiando y trabajando, con sus hijos grandes y ellas felices, indican palabras como: Futuro, alegría, superación, oportunidad.

Las adolescentes entrevistadas guardan en el cofre de los buenos recuerdos a sus hijos, su madre, hermanas y la comprensión que han tenido de su familia. Botan a la basura engaños, el perder los estudios, una de ellas el haber conocido al padre de su hija, otra de ellas menciona las veces que faltó el respeto a su madre.

Perfil de valores

Si se quiere establecer un perfil común en este grupo, es importante saber qué valores marcan su identidad. A través de las herramientas cualitativas utilizadas, como son las entrevistas en profundidad y la observación, se puede establecer como valores los siguientes:



Principales hallazgos

Es importante saber que estos valores están presentes en las jóvenes madres adolescentes, sobre todo al considerar que estas madres suelen tener más de un niño antes de cumplir los 20 años, la situación se repite tal como se vio en los datos presentados en el primer capítulo de esta investigación; no se puede descuidar a este

segmento. Como objetivo se planteó conocer la identidad del grupo de estudio, se pudo decir que el perfil de la madre adolescente, que se ha determinado en esta investigación a través de una pequeña muestra, es el de una madre luchadora, optimista, a pesar de ser una mujer joven protege a su pequeño y también a su joven familia si la tiene, respeta a su madre sobretodo y valora a su familia que la comprende. Da un valor especial a la amistad y al amor. No le gusta la mentira y el engaño, cree en la honestidad y en la sinceridad.

Anexo 6. Entrevistas en profundidad realizadas a adolescentes que aún no son madres

Observaciones generales

Se ha considerado en esta investigación como grupo principal de estudio a las adolescentes en riesgo de quedar embarazadas, son públicos totalmente distintos las que ya son madres a las que aún no lo son, no se pudo llegar con el mismo mensaje ni por los mismos medios.

A este grupo de estudio se les aplicó una guía de preguntas basadas en técnicas proyectivas, que van de las asociativas, el lugar imaginario, proyecciones y visualizaciones a futuro, entre otras.

Las entrevistas en profundidad se realizaron a cuatro adolescentes de estrato socio económico medio bajo y bajo, con edades comprendidas entre los 16 a 18 años.²³

²³ La guía de la entrevista en profundidad y la matriz están en anexos.

Sonia Fajardo



Sonia tiene 16 años y estudia en el colegio Antonio Ávila. Es la segunda de tres hermanos, la única mujer. Su hermano mayor, Boris, tiene problemas con el alcohol y pertenece a una pandilla, situación que preocupa a Sonia y a su familia, lo indica varias veces a lo largo de la entrevista, no tiene buena relación con Boris. Sonia vive con sus padres y hermanos, también con una tía de 35 años con síndrome de Down, se llama Alexandra.

Sonia es una estudiante responsable y obtiene buenas calificaciones, vive en el sector de Baños y tiene que despertarse pronto para tomar dos autobuses que la llevan al colegio. Su tiempo libre lo comparte con su mejor amiga, ven películas, escuchan música, también lo comparte con su familia, con sus padres y con el hermano menor, suelen jugar vóley los domingos en el parque del barrio, después de ir a misa. Su padre es alcohólico, a pesar de que actualmente ya no consume alcohol, la situación dejó marcada a Sonia.

Actualmente Sonia no tiene novio, tampoco lo ha tenido, señala que no sale porque tiene una mentalidad de niña. Juega con sus primos de 5 y 6 años al lobito “Es bonito se siente como un niño más entre ellos” Su imagen del matrimonio es idealizada, se imagina casada pero después de diez años. Cuenta la historia de su prima, quien quedó embarazada y su novio la abandonó, al igual que las hermanas de ella que también son madres solteras, comenta de la situación que es falta de responsabilidad y que no dan valor a la vida.

Katherine Reyes



Katherine tiene 16 años y estudia en el Colegio Antonio Ávila, vive con su hermana y su hermano. Sus padres viven en Pucará, tienen una ferretería. Sus padres decidieron que deberían estudiar en Cuenca, compraron una casa en la ciudad, Katherine cuenta que al inicio fue duro acostumbrarse a vivir sin sus padres, les costaba cocinar, cuando vino a Cuenca tenía 11 años, su hermana estudia contabilidad en la universidad, a ella le gusta comercio exterior, sus padres le apoyan a que siga con sus estudios.

Kathy, como le llaman sus amigos, viaja a Pucará algunos fines de semana o cuando tiene vacaciones, sí le gusta ir, ahí tiene a toda su familia. Sus padres suelen venir a la ciudad a comprar mercadería para la ferretería, aprovechan para pasear con ellos. Comenta Kathy que sus padres son estrictos y les llaman continuamente.

Ella ha tenido cinco novios, pero no ha pasado de darse “piquitos” además la situación de estar a escondidas no le gustaba, tenía que hacerlo porque sus padres no les dejan tener novios. Ella admira a su madre y a su padre, sin embargo no les perdona que nunca le hayan contado que su hermana mayor sólo es hermana por parte de madre. A lo largo de la entrevista Kathy manifiesta cuanto admira a su madre pero no le perdona que le haya ocultado la verdad sobre su hermana, llora cada vez que habla de ello.

Kathy es una estudiante responsable, sueña con estudiar comercio exterior y trabajar en exportaciones, nos indica que para ella el respeto es lo más importante en una

relación. En más de una ocasión indica que su esposo no tiene que ser feo, se nota que para ella el físico es importante.

Verónica León



Verónica tiene 18 años cumplidos, trabaja como costurera en Cálido, donde fabrican lencería de hogar. Le gusta su trabajo. En las noches estudia en el quinto año del colegio Ecuador, no lleva bien el estudio y el trabajo, no tiene tiempo para dedicarse a estudiar, razón por la cual tiene bajas calificaciones. Señala que tiene más amigos en el trabajo que en el colegio.

Verónica es la menor de 6 hermanos, vive actualmente solo con su madre, sin embargo sus hermanos son sus vecinos. Comenta tener enamorado y que él continuamente le dice que le quiere pero ella no le cree, menciona que ella le quiere mucho pero nunca se lo dice. Verónica indica a lo largo de la entrevista que la relación con su familia era muy mala antes, ahora ha mejorado en algo, cuenta lo que le sucede a su madre, pero “no las cosas malas” tiene confianza en uno de sus hermanos, y en la hermana que es su vecina; dice que a pesar de todo cuando algo le pasa prefiere salir a dar un paseo y resolverlo sola.

A Verónica le afectó mucho lo que le sucedió a quien era su mejor amiga, a más de ser su compañera de trabajo estudiaba en el mismo colegio, su amiga conoció a un chico, se enamoró de él y se quedó embarazada, cuando se enteró de ello intentó suicidarse. Su amiga está mejor, tuvo a su niño y vive actualmente con su novio. Verónica

comenta en varias ocasiones que admira a su madre, quien sacó adelante a sus hijos, sola, además es mayor y teme que se enferme. Para Verónica la tranquilidad que da el dinero es fundamental.

Yolanda Catalina Gómez Vélez (Caty)



Caty tiene 16 años y trabaja en una fábrica de jeans ubicada en la zona del Batán, sobre su trabajo comenta que se siente “maltratada” no le pagan ni el básico y además le gritan. Trabaja 8 horas y media. Estudia en un colegio nocturno, casi no tiene tiempo de estudiar, hace los deberes en el colegio.

Su tiempo libre le dedica a su novio, lleva tres años con él. Ella tiene miedo de que algo “pase” con su novio, sus amigas le han dicho que duele, “él es a veces mal intencionado” ella teme quedar embarazada “me cortaría todo lo que tengo, quiero seguir estudiando, mi papi me vería mal, me mandaría de la casa, mi papi es malgenio”.

Para Caty lo más importante en su vida son su novio y su madre, sobre él tiene las mejores palabras, está feliz y junto a él se siente “la mejor mujer del mundo”, “me da abrazos y muchitas” señala.

Si el novio le presionase ella cree que sí pasaría algo porque “estoy bien enamorada... de un abracito una caricia uno va a más” tiene miedo. El novio si ha querido tener relaciones pero ella no ha dejado que suceda, tampoco piensa en cuidarse, le dice

que los “hombres no se ponen fundas” (al referirse a un preservativo). Caty ha hablado de esto con su madre, ella le aconseja que espere y que se haga respetar.

Durante la conversación nos damos cuenta que el novio de Caty no ha recibido educación sexual. Lo que sabe Caty sobre las relaciones prematrimoniales lo ha aprendido de su madre, o de lo que cuentan sus amigas.

En una ocasión Caty tuvo que acompañar a una amiga donde un ginecólogo para que aborte, narra la situación que vivió una amiga quien al ser abandonada por su novio acudió a un ginecólogo a abortar, todas las amigas reunieron el dinero, 450 USD. Cuenta que su amiga todavía se arrepiente de lo que hizo, llora y se siente mal. Comenta Caty que varias conocidas han abortado, lo hacen porque sólo estudian y no tienen como mantener a sus hijos.

Caty habla sobre su madre varias veces durante la entrevista, admira como trabaja y lo mucho que ha tenido que soportar para mantener su hogar unido, a pesar de los maltratos de su padre, a ella también le pegaba porque defendía a su madre, recuerda que él siempre le mandaba de la casa y las marcas que tiene su madre en el cuerpo es debido a los maltratos. Indica al respecto que “lo más importante para una mujer es el orgullo, no puede uno estar rogando, si a uno le pegan debe separarse, por suerte yo sé trabajar” ahora lo que más le interesa a Caty es reunir dinero para casarse.

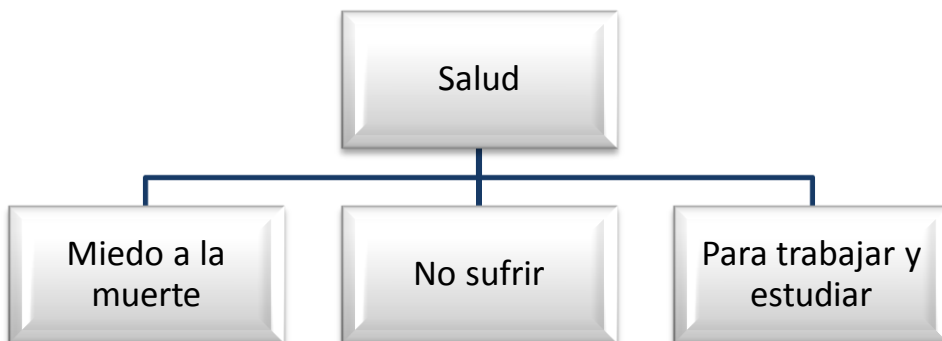
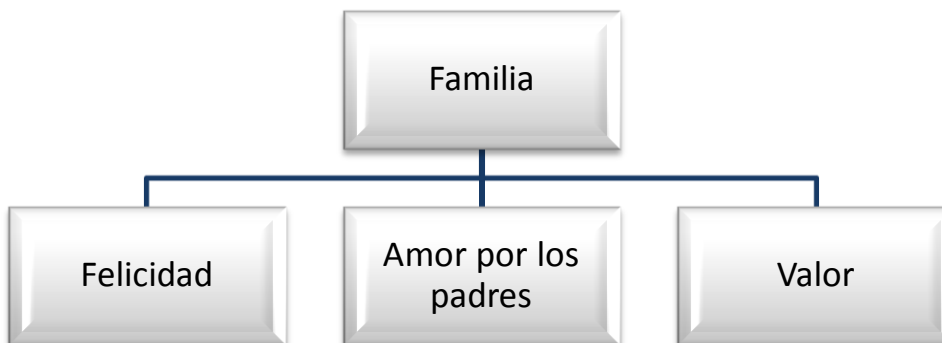
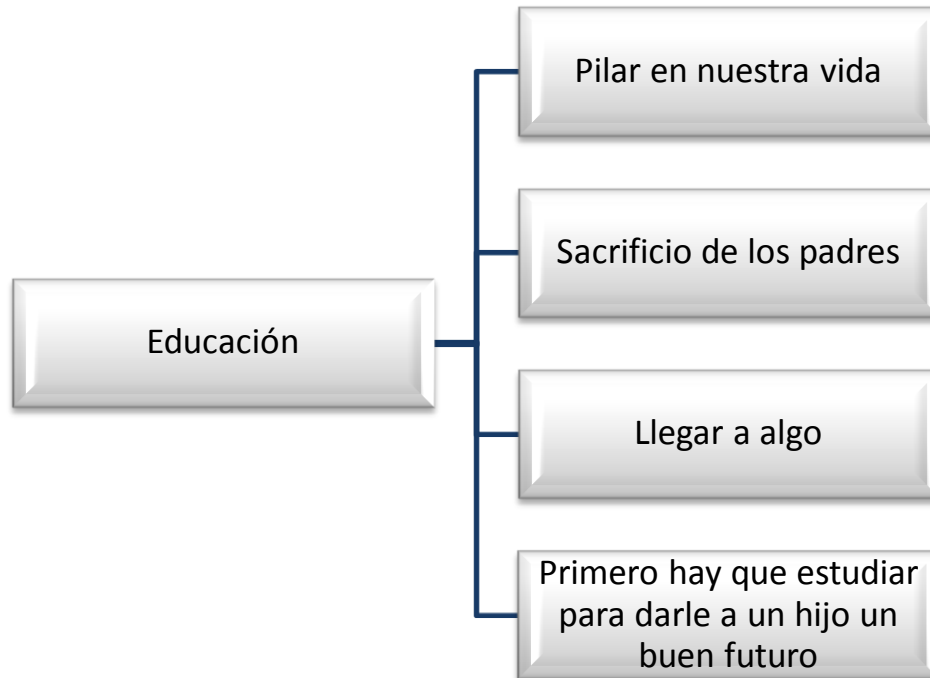
Informe general de las entrevistas en profundidad adolescentes que aún no son madres.

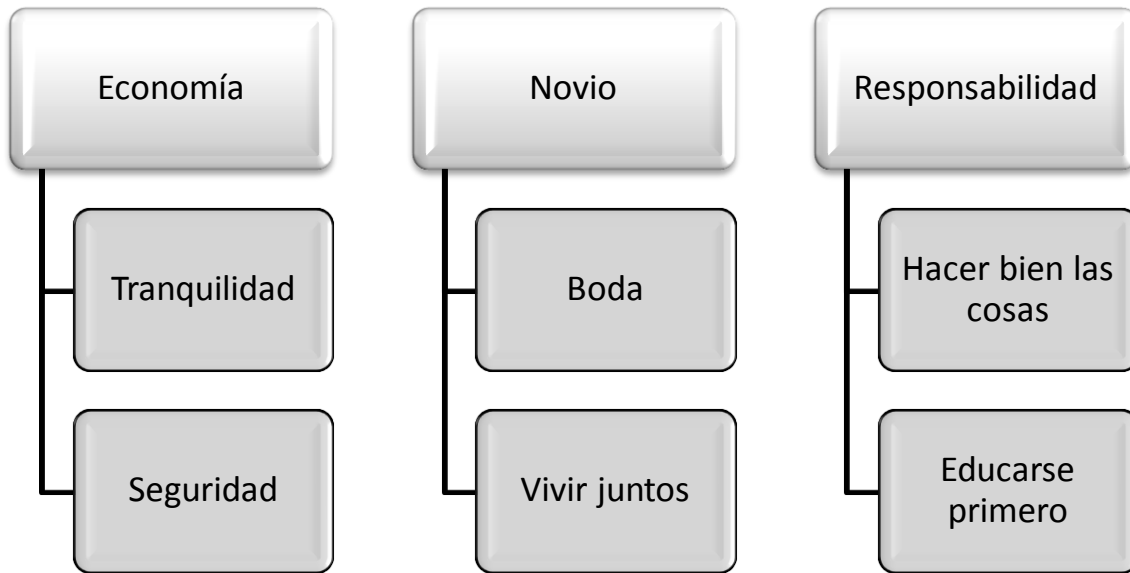
Las entrevistadas son adolescentes con edades comprendidas entre los 16 a 18 años. Dos de ellas solamente estudian, las otras dos compaginan sus estudios con el trabajo. Las entrevistadas viven con sus padres, excepto una que vive con los hermanos porque sus padres viven en otra ciudad, sin embargo son ellos quienes los enviaron a la ciudad para que tengan un mejor futuro.

Todas ellas manifiestan que sus cambios físicos han sido los normales, han crecido, ahora tienen vello púbico, aumento de los senos. Sobre sus cambios psicológicos indican que echan de menos ser niñas, cuando no tenían problemas; también hablan sobre cómo la atracción con el sexo opuesto ha aumentado, indican que se llevan mejor con la familia, su carácter va cambiando y ya no son impacientes, o inmaduras, el trato con los demás es de mayor respeto. Una de ellas indica que cuando tiene problemas prefiere salir a caminar sola para poder pensar en lo sucedido.

Economía
 Educación
 Estudios
 Familia
 Novio
 Educación
 Estudio
 Famila (papá)
 Salud
 Estudio
 Salud
 Mamá - Papá

Las entrevistadas indicaron sus aspectos prioritarios, mientras se anotaba cada aspecto nombrado en un papel, tal como lo indica el gráfico, para luego preguntarles qué sentimientos asocian a cada palabra y qué imágenes se les viene a la mente.





Asociación de palabras

Al realizar la técnica proyectiva de asociar palabras las entrevistadas se sintieron cómodas respondiendo de manera inmediata y natural a cada palabra que se les indicaba; amor, familia, amistad, exceptuando cuando se les nombró: sexo y pareja, la primera les causó gracia, pero respondieron; con la segunda prefirieron no decir nada, alegaban que por el momento no tienen novio, las que tienen pareja la una indicó que siente tranquilidad con él, la otra que se sentía feliz.



Amor

- Responsabilidad
- Rojo
- Familia
- Novio



Familia

- Integridad
- Amor
- Lo máximo
- Papi y mami



Amistad

- Honestidad
- Amigos
- Inigualable



Sexo

- Responsabilidad
- Feo
- Novio



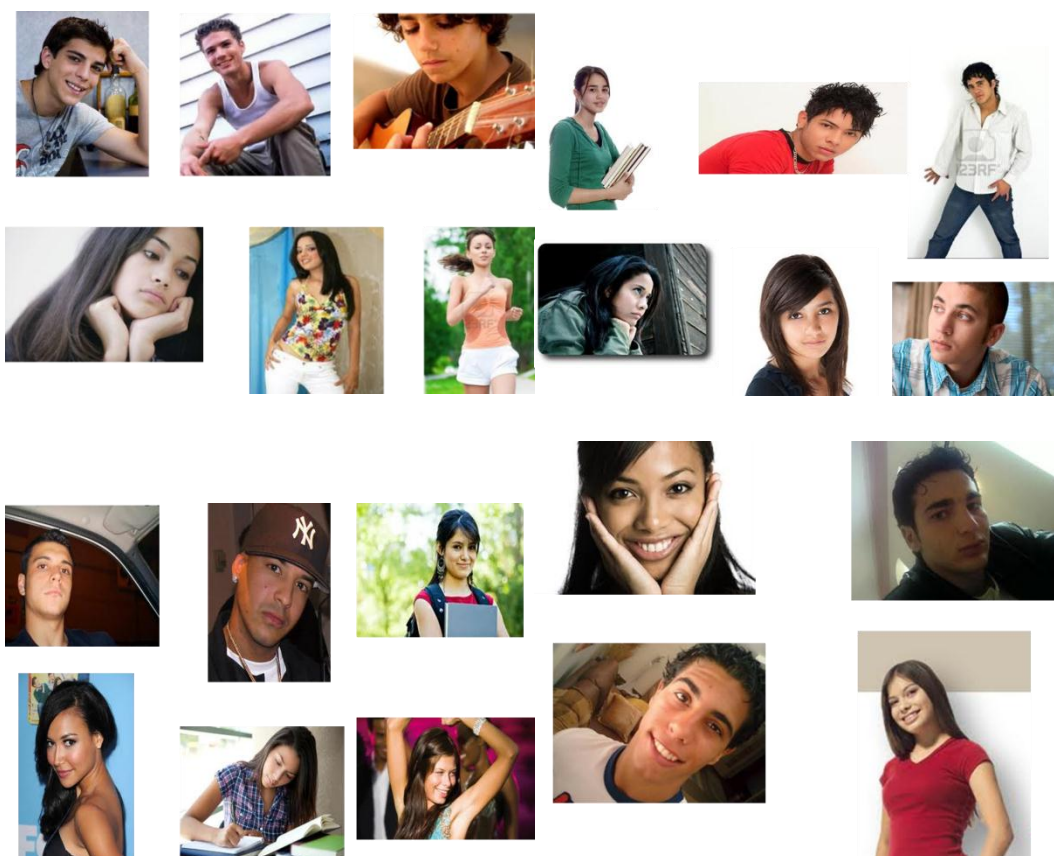
Pareja

- Felicidad
- Tranquilidad

Es interesante ver cómo asocian el sexo y el amor con la responsabilidad, un valor que ha sido nombrado varias veces a lo largo de las entrevistas. Al igual, se debe considerar que a esta edad asocian más al amor que sienten por sus familias, por sus padres y amigos, que el que sienten por el novio, sin embargo en el caso de una de las chicas, amor y sexo son palabras que se asocian directamente a la palabra novio. Ella lleva tres años con su enamorado y están reuniendo dinero para casarse, también es quien

comenta en varias ocasiones que teme quedarse embarazada porque a pesar de que su novio la ha respetado también la presiona para tener relaciones y sin cuidarse.²⁴

Al realizar la técnica del collage para proyectar la pareja ideal y cómo sería su relación, fue interesante descubrir cómo las adolescentes se proyectan directamente en las chicas que escogieron. Se les presentó varias fotos y ellas tenían que escoger a una de ellas para contar una historia. Las entrevistadas le pusieron un nombre y en el caso de las cuatro una edad aproximada a las de ellas, variaba con un año más o menos, también escogieron a su respectiva pareja y a un grupo de amigos.



Los valores y características que marcan la personalidad de cada una de las jóvenes proyectadas en las historias fueron: Sencillez-Humildad y Honestidad-Sinceridad.

²⁴ Ver más información en observaciones generales de las entrevistas en profundidad (Caty Gómez)

Valores	Sencillez - Humildad
	Honestidad - Sinceridad
	Responsabilidad
	Amistad
	Valentía
	Personalidad
	Inteligencia

A través del ejercicio las adolescentes proyectaron la relación que tienen con su pareja o la que quisieran tener, además las características de los chicos se reflejaban ideales, todos trabajaban y/o estudiaban, las respetaban, tenían alguna habilidad en especial: Uno era músico, otro buen deportista, uno era guapo y otro profesor. La relación con ellos se marcaba por el respeto, la comprensión, el cómo las valoraban, el amor, el cariño y la ternura. El matrimonio lo definen como un sueño, con el fin ideal.

Se hace especial énfasis en el “respeto” ha sido la palabra más nombrada en este ejercicio y durante las entrevistas en los momentos que se habla de relación de pareja.

La relación que las entrevistadas tienen con sus padres es relativamente buena, a pesar de que nombran cómo su padre ha maltratado a la madre en varias ocasiones, en el ejercicio proyectan que los padres se llevan bien, cuando se les pregunta a quién acude la chica de la historia cuando tiene problemas todas indicaron que acuden a la madre, con quien tiene mejor relación, una indicó que el padre no le hace mucho caso y otra que también confía en la amiga o hermana. Todas coincidieron que dependía del tipo de problema.

Es importante recalcar que los padres de las entrevistadas han tenido o tienen problemas con el alcohol, en las entrevistas todas comentaron que sus padres bebían demasiado y de pequeñas pasaron malos momentos debido a ello. Solo una de las madres de las entrevistadas no padeció maltrato, las otras comentaron que recuerdan claramente cómo su padre pegaba a su madre y sobre todo bajo la influencia del alcohol, en el caso de una de ellas comentó que uno de sus peores recuerdos es cuando su padre llegó ebrio con los amigos a casa y ella no alcanzó a esconderse en su cuarto, por lo que tuvo que pasar toda una noche bajo una mesa llorando. Otra indicó que su padre le pegaba también a ella porque intentaba defender a su madre. En todas las historias que cuentan sobre amigas, primas, o conocidas que han quedado embarazadas, el alcohol y las drogas son sustancias que están presentes, de igual manera la violencia de género y la violencia intrafamiliar.



La palabra “respeto” también se presenta en varias ocasiones cuando se realiza el ejercicio del consejo a la amiga, a través del ejercicio se busca determinar motivaciones, percepciones, valores, creencias y actitudes frente a las relaciones sexuales. Se cuenta la historia de dos amigas, la una realiza una llamada por teléfono en la cual la protagonista tiene que aconsejar a la amiga a acceder o no a las peticiones de su pareja para tener

relaciones, en este ejercicio²⁵ las entrevistadas hicieron hincapié en que si tienen relaciones lo más probable es que el chico termine por alejarse de ellas. Las frases más importantes derivadas del ejercicio son:

- “Los hombres solo quieren eso”.
- “Yo le aconsejaría que se aleje de él”.
- “Solo quiere sexo.”
- “Los hombres solo están para eso, luego se cansan”.
- “Si el realmente le quiere le debe respetar.”
- “Si él le quiere no debe presionar”.
- “Si me respeta me quiere, si no lo hace es porque no me quiere.”

Luego, con los ojos cerrados las entrevistadas en un estado de tranquilidad y relajamiento se remontaron cinco años atrás, después a cinco años adelante y finalmente a 10 años más.



Hace cinco años, las entrevistada se ven acompañadas de sus amigas en el colegio o con su familia en la casa, al recordar cómo era su estado emocional indican que estaban felices, eran niñas, no tenían mayores problemas; sin embargo todas mencionaron que lo único que les hacía estar tristes era el sufrimiento de las madres, la una recuerda cómo su padre no llegaba a dormir, otra cómo el padre le maltrataba a ella

²⁵ Más datos sobre el ejercicio está en la guía de las entrevistas en profundidad. Anexos.

y a su madre, otra cómo su padre gastaba todo el dinero, el miedo que sentía cuando él llegaba.

En el caso de proyectarse a cinco años adelante el panorama para cada una de ellas mejora, es interesante analizar que las entrevistadas son adolescentes optimistas, luchadoras y cargadas de esperanza, lo demuestran en cómo se ven, tres de ellas se proyectan en la universidad, se ven felices, rodeadas de amigos, de la familia, se ven riendo o haciendo proyectos universitarios, una de ellas se ve con su esposo visitando a sus padres, pero está feliz.

Nuevamente la madre ocupa un lugar importante en la vida de ellas, está presente en la vida de todas, más que el padre y el resto de la familia, una de ellas señala que lo único que le preocupa en el futuro es saber que su madre se pondrá mayor y que tal vez enferme, otra indica que se llevará a su madre a vivir con ella.

Al proyectarse a diez años ya aparecen los niños y el esposo, en el caso de dos de ellas se ven felices con sus hijos, su marido, trabajando en casa. Las otras indican que se ven profesionales, la una indica que se ve viajando a China, es profesional y está feliz, la otra indica que tal vez tenga novio.

La prioridad de ellas es el estudio y el saber que sus familias estén bien, tanto físicamente como económicamente. Una de ellas comenta en la entrevista que a pesar de no tener buena relación con el padre, siente que no puede fallarle y su opinión es importante, es más indica quererle aun cuando siente rencor.

Continuando con los ojos cerrados las entrevistadas imaginaron que su vida actual estaba formada por muchas partes puestas sobre una mesa, tenían que depositar lo más lindo, lo más valioso en un precioso cofre o desechar los más feo y doloroso en una papelera.

En el cofre guardaron en mayor parte a su familia, de manera especial a la madre, los buenos recuerdos, la niñez, sus amigos, el colegio, una de ellas mencionaba que guardaría lo que se imagina en su futuro, el anillo de bodas, su esposo e hijos.

En el tacho de basura o papelería, las adolescentes desecharían los problemas con los padres, el rencor que sintieron por su padre cuando les pegaba o cuando le pegaba a la madre, o el rencor por el hermano que da problemas por beber, tirarían los malos recuerdos, cuando descuidaron los estudios, o la desilusión con los hombres.

Se les pidió también que nombrasen a las personas que más admiran y el por qué, y como se ha demostrado a lo largo de la investigación es la “madre” a la persona que más admiran, dos de ellas mencionaron al padre, una de ellas decía “a pesar de que nos hizo sufrir mucho”. Del progenitor admiran el trabajo y sacrificio para darles educación. Una de ellas comentó que admiraba a su hermano por la fortaleza que tiene, la fe en sí mismo y cómo lucha por sus sueños, por su hogar y salir adelante; también admira a una prima porque es fuerte, luchadora y trabajadora, indica que admira que “no llora”, quisiera de ellos la fortaleza.

Las entrevistadas manifiestan creencias firmes sobre el papel que debe desempeñar una mujer, las mismas van a la par a lo que su medio socio cultural ha definido, por ejemplo para una de ellas es digno de admiración el amor que su madre ha sentido por su padre, lo señala al decir “mi mami sí que le ha querido a mi papi porque con todo lo que le ha pegado, hasta embarazada y todo, ella sigue ahí, con él”

También para ellas es normal que el hombre beba, al contar una de ellas que su padre empezó a beber desde los doce años porque trabajó desde muy joven es comprensible, indica en un momento que el padre llegaba borracho de la mina porque cerraba los negocios de venta de oro bebiendo con los amigos “ya sabe usted cómo son los hombres”. Esa idea preconcebida que se tiene en el medio y estrato socio económico en el que se desenvuelven las entrevistadas es habitual que existan problemas ocasionados por el alto y excesivo consumo de drogas y alcohol.

Se les pidió que describiesen un día cotidiano entre semana y un día típico del fin de semana, haciendo énfasis en los momentos de relacionarse con la pareja, amigos, amigas, familia. De lunes a viernes para las chicas que trabajan su rutina es igual, se levantan a las 5h45 am, se bañan, desayunan y se dirigen a trabajar a las 7 y 30; al medio día comen en sus trabajos y siguen ahí en la jornada de la tarde, a las 18h30 van al colegio y llegan a sus casas aproximadamente las 22h00 pm. Comentan que no tienen tiempo para hacer deberes o estudiar, en el colegio nocturno son los profesores quienes les ayudan y les dejan hacer las tareas pendientes en el horario de clases. Las chicas que sólo estudian, lo hacen en la mañana por lo que dedican las tardes y las noches a hacer los deberes, ir a casa de las amigas, una de ellas menciona que sale con su hermano a un cibercafé a mirar el Facebook.

El fin de semana lo dedican a pasarlo con la familia, van a misa, las que tienen novio se dedican en las tardes a salir con ellos, van al cine, a un parque, indican que sus padres les ponen hora de llegada, una de ellas señala que en ocasiones sus padres la castigan porque no respeta el horario de llegada.

Una de ellas cuenta que después de la misa del domingo su padre juega vóley con los del barrio, toda la familia baja a apoyarle, se lo pasan bien.

Durante la conversación, las entrevistadas narran historias de sus amigas o parientes. Una de ellas cuenta cómo su amiga intentó suicidarse cuando se enteró que estaba embarazada, ya que temía que sus padres no le apoyasen; otra contaba la vida de una prima que se enamoró y se fue a vivir con un chico que consumía drogas, pero cuando se quedó embarazada él la dejó, indicaba que la madre de la prima era también madre adolescente, soltera, tuvo tres hijas que también vivieron lo mismo, y así se comprueba lo que se halló en la investigación documental, las hijas de madres solteras tienen más tendencia a serlo; a su vez, si tienen un hijo pueden tener otro antes de cumplir la mayoría de edad, la adolescente entrevistada contaba que su prima de 18 años tiene a dos niños, de 5 y 3 años, sufre maltrato pero no quiere dejar a su pareja.

Es importante saber que a este segmento le interesa tener buena relación con sus amigas y amigos, tienen a su mejor amiga, con quien cuentan para los problemas, alegrías y tristezas. También manifiestan cómo se cuidan entre los amigos y que pueden confiar en ellos.

Perfil de valores y principales hallazgos

Entre los resultados obtenidos en la investigación cualitativa podemos señalar los valores y atributos que marcan el perfil de nuestro segmento de estudio. La responsabilidad es importante, al igual que el respeto, valores como la sencillez y humildad, la sinceridad y honestidad marcan sus aspiraciones como personas. Admiran a su madre y señalan como prioridad en sus vidas a la educación. Envueltas en un contexto socio cultural que marca y define sus costumbres y actitudes, se puede señalar que son adolescentes fuertes, luchadoras, positivas, con mucha esperanza en el futuro, de gran corazón y con un fuerte apego a la familia.

Anexo 7. Informe del grupo focal

Realizado en el colegio Antonio Ávila de la ciudad de Cuenca, el día 29 de febrero de 2012 a las 7:30 de la mañana.

Duración: 1 hora

Participantes: Una moderadora, ocho estudiantes del segundo “B” diurno. Edades comprendidas entre los 16 y 17 años.

Observación

El nerviosismo era latente en las participantes, todas jugaban con el esfero, sacaban y metían la mina. Cada vez que se les hacía alguna pregunta miraban al resto de compañeras, se reían entre ellas y murmuraban. En el ejercicio de “nombre e identidad”, al definirse, se decían entre ellas que bebían, la palabra utilizada era “borracha”, pero lo hacían entre murmullos y risas, al oído.

Una de las participantes era la más agresiva en responder, quería sobresalir al resto, con respuestas cortantes. En el ejercicio del collage se peleaban por escoger las fotos de los chicos y chicas que formarían las parejas. Se miraban entre ellas como para pedir autorización o para mostrar complicidad.

Les gustó mucho participar en el grupo focal, al finalizar preguntaban “¿licen ¿cuándo viene de nuevo?” “¿va a venir otra vez?, nos gustó”. Los compañeros se asomaban por las ventanas, interrumpían varias veces, hasta un profesor entró a preguntar quién quería entrar al grupo de fútbol. Las chicas se reían cuando entraban los compañeros pero no se incomodaban de continuar con el grupo focal.²⁶

²⁶ La transcripción literal del grupo focal se encuentra en anexos.



En el primer ejercicio dirigido se solicita a las adolescentes que anoten el nombre de cada una en un papel, y que indiquen lo que el nombre significa para ellas, así se podría identificar la identidad que conlleva el nombre. También se les solicita que digan la cualidad que más les define, una de ellas comenzó a indicar lo que menos le gustaba y las restantes le siguieron, otra comenzó a decir lo que le gustaba hacer. Entre sus aficiones y hobbies están: Escuchar música, salir con los amigos y practicar deporte, dos de ellas indicaron que les gusta estudiar poco.



Gabriela (17)	Extrovertida.
Fernanda (16)	Alegre, pero a veces "brava".
Cristina (16)	Alegre, única.
Mónica (17)	Sincera, amiga.
Doménica (16)	Alegre, a veces amargada.
Grecia (17)	Molesta, "enojosa".
Natalia (16)	Tímida.
Janeth (16)	Alegre.

Se les pide a las participantes que escriban en un papel los cambios físicos y psicológicos por los que están pasando, sin restricciones o temores; entre varias cosas se identificó que las participantes no saben a qué edad comienza y termina la adolescencia. Al hablar de los cambios físicos, emocionales se ríen. Una de ellas indicó entre risas que “antes jugaban a las muñecas, ahora ya no”.

La mayoría de las adolescentes anotaron en sus hojas los cambios físicos más notorios para ellas, el aumento del busto y el cambio en todo el cuerpo. Una mencionó la aparición de la regla, otra la forma de caminar y una indicó que ahora es más alta y delgada. En cuanto a los cambios emocionales y psicológicos los más nombrados están descritos a continuación y en orden de importancia:

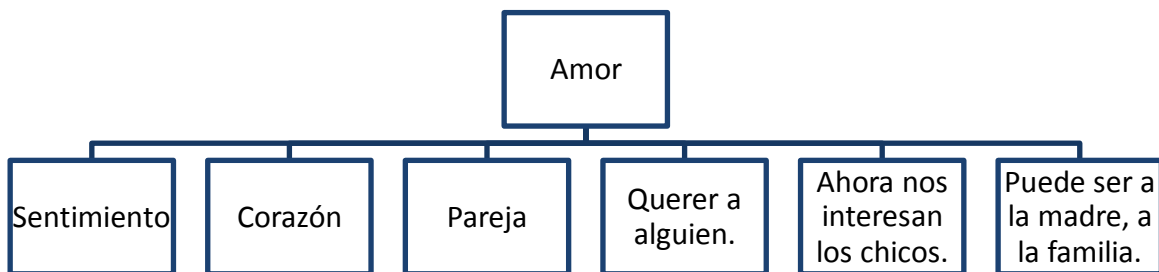
- Mayor importancia a la apariencia física.
- Felicidad.
- Mejor relación con la gente.
- Responsabilidad.
- Atracción hacia el sexo opuesto.
- Salidas con los amigos y las amigas.

- Comprensión.
- Son más abiertas, divertidas, optimistas.
- Notan que son más preocupadas.
- Tienen metas.

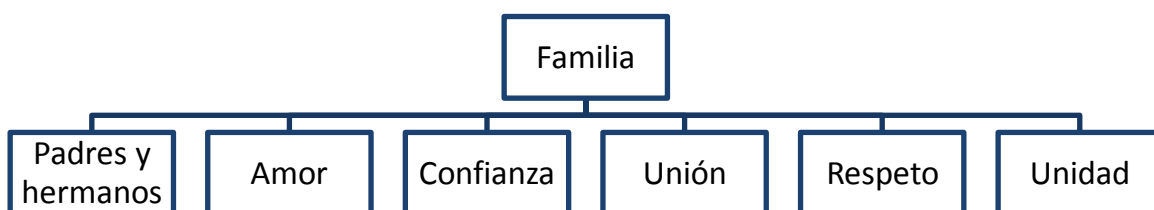
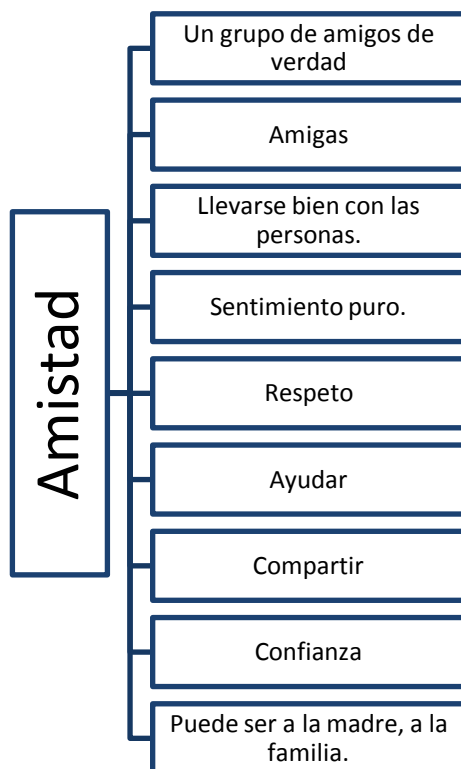
Para ellas su carácter ha cambiado para mejor, sin embargo comentaron que sus padres y familiares les dicen que son más rebeldes, volubles, groseras y filáticas; pero una explicó que tiene más autoestima que antes y se siente bien a pesar de lo que le digan, otra señaló que además siente que sus amigos se interesan más por ella.

En el colegio impartieron educación sexual hace poco, hablaron de los cambios físicos y del uso apropiado de los métodos anticonceptivos; fue la profesora de inglés la encargada de impartir las charlas, ella les dijo que deben ser responsables, no tener relaciones sexuales antes de tiempo, es decir, antes de casarse. Una de las participantes comenta que “no está en la edad de asumir responsabilidades”; otra que en una ocasión le dijeron que el mejor método para cuidarse es la abstinencia (risas). Cuentan que hay compañeras en el colegio que se quedaron embarazadas, notan que ellas han cambiado, ahora están preocupadas, a veces tristes, ya no son las mismas. “Tienen una responsabilidad más grande”.

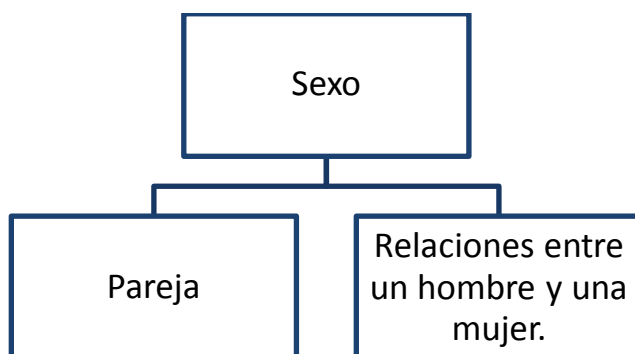
En el ejercicio de asociar las palabras: amor, amistad, familia y sexo, las participantes indicaron los sentimientos, imágenes o qué les evoca cada palabra. A continuación están cada palabra con sus asociaciones:



Al ahondar en los sentimientos asociados, una de las participantes indicó que uno cambia cuando está con pareja “Es raro estar con un chico, cambian las personas, ya no hablan mucho, ya no están alegres como antes, cuando después ya no son nada se pelean, por eso prefiero amigos”



Al preguntar a quién acuden cuándo tienen un problema, tres de ellas indicaron que a la madre, tres a las amigas y dos a la hermana. Al padre no, porque “no hay confianza”, ante esto último coinciden todas. Dicen que a las hermanas se les tiene más confianza “nos entiende, somos casi de la misma edad, todo lo que hacemos ella me cuenta a mí y yo a ella, nos tapamos todo” (risas).



Al plantear que hablen de las palabras o sentimientos que se asocian a “Sexo” se sonrojan y ríen, se les pregunta por qué creen que la palabra sexo nos hace ruborizar y señalan que es por la sociedad, comentan que ven tanto de eso en la televisión, en las propagandas, pero que no es fácil hablar de ello. En las casas sí hablan de sexo, les dicen “no tengas”, a dos de ellas les apuntan que “si eso pasa debe cuidarse”.

Para tratar de identificar las aspiraciones personales y sociales de las participantes, se aplicó la técnica proyectiva del collage, cada una debía escoger una chica y un chico entre varias imágenes darles un nombre y señalar cómo es la relación entre ellos.

Un claro ejemplo de proyección se da con Grecia, una de las participantes, al inicio le puso su propio nombre a la protagonista de la historia, entre risas lo cambió, la edad coincidía con la de ella. Al hablar de la relación entre las parejas de cada historia indican que es buena, para divertirse salen al parque, se van a comer, existe un respeto. Una de ellas apunta que entre ellos juegan pero enseguida dice “chendo”, todas se ríen con complicidad. Las parejas de la historia no tienen relaciones sexuales, manifiestan las participantes que “no están listas... No es el debido tiempo para tener relaciones”.

Una de las adolescentes señala que la relación no era buena: “Ella le quería a él, pero él estaba jugando con ella, no funcionó, al principio la chica de la historia estaba triste porque él le tomó como un chiste, pero ella se aleja de él”. Las demás asienten. Esta narración demuestra que para las adolescentes es importante tener amor propio, personalidad, autoestima, orgullo.

También existen muestras de prejuicios en detalles marcados por el entorno socio cultural y por las costumbres arraigadas, por ejemplo, una de ellas escogió la foto de una chica morena y comentó en la historia que los padres del novio no quieren que estén juntos porque ella es de color, ellos tienen relaciones y no se cuidan porque quieren tener un hijo para que les una y nadie los separe. Prejuicios, miedos, culpa y también costumbres marcadas por tradiciones, el hecho de querer tener un hijo para consolidar una relación.

Al llevar a las parejas con sus amigos a la fiesta, con la finalidad de definir los diversos roles que se presentan en lugares de encuentro, la respuesta de algunas fue “alcohol” todas se rieron. El consumo de alcohol es considerado normal en el grupo.

En cuanto al rol de las chicas es interesante identificar que asocian la belleza con la seguridad en sí mismas, como por ejemplo una de ellas indica que su protagonista al llegar a la fiesta descubre que su novio, que es drogadicto, le engaña con otra, ella le ve y le termina, y “como es súper linda tiene seguridad en ella, sabe que va a encontrar una persona mejor que él”.

Dos de ellas señalan que las chicas son tranquilas, calladas, tímidas, se llevan bien con todos. Las demás dicen que son divertidas, sociables, les gusta bailar, vivir y pasárselo bien.

Al preguntarles qué harían si su novio les pide ir afuera, tener algo más; las chicas indican que ninguna se iría con el chico, una mencionó que “si le quiere nunca le propone nada, no le insinúa nada”.

Para identificar la percepción que tienen frente a un par que ya tiene relaciones y así entender sus pensamientos y reacciones frente a las relaciones sexuales a su edad, se utilizó la técnica de la llamada de la amiga para pedir consejo en el momento de tomar la decisión de acceder a la petición de su novio. Las participantes indicaron que le aconsejarían no tener relaciones, las frases más señaladas fueron las siguientes:

- Si él le quisiera no se propasaría con ella.
- Él sólo quiere pasar con ella un rato, no tiene un sentimiento puro hacia ella.
- Cuando hay amor, hay respeto, eso puede ser obsesión, pero no amor.
- Que le deje, porque él solo quiere tener sexo.

Se les complica la situación del ejercicio y se les dice que Carmen le quiere, no sabe qué hacer, cómo le deja si lo ama. Entre varias cosas, respondieron:

- “Puede encontrarse mejores personas en la vida, que le respeten” “le presentamos amigos”

Se habló con ellas acerca de quién es el culpable en el momento de dejar que suceda algo más, en tener relaciones sin protección, a lo que señalaron que la culpa es de los dos, una indicó que “se dejaron llevar por el momento”. También se habló del arrepentimiento “cuando hacemos algo malo uno dice por qué hice esto, y como no hay cómo volver el tiempo, ya pasó”.

Se les pone como ejemplo el supuesto de cuando se besan con alguien que no es el enamorado, a lo que manifiestan sentimientos de culpa, decepción, arrepentimiento; indican que se sienten “usadas”. Cuando eso sucede piensan en lo que dirán los demás. Entre risas apuntan que cuando eso sucede no lo cuentan a nadie, pero al preguntarles individualmente la opinión cambia, más de una de las participantes menciona que lo contaría a su mejor amiga, quien les aconseja, les dice que eso estuvo mal, que no lo vuelva a hacer.

Al volver al tema de las chicas que se quedaron embarazadas, ellas mencionan que sí han tenido amigas que han pasado por eso y ahora se arrepienten, que algunas no pueden estudiar, que la vida es más complicada. Culpan, entre risas, a la excitación.

Para continuar con el tema se les preguntó qué harían para romper ese momento, a lo que la mayoría indicó que pensarían en los consejos que les han dado sus padres, otra mencionó pensar en Dios, otra en el futuro; cuatro de ellas opinaron que se debe pensar en las consecuencias que conlleva ese momento. Una dice que es mejor evitar, porque en el momento de placer nadie piensa en nada, que es mejor salir de donde se esté, que sí se puede.

El crear un lugar mágico e imaginar estar en él, es una técnica que se utiliza para identificar aspiraciones personales. Albanta es el nombre que se utilizó para que las adolescentes dejen volar su imaginación, para que plasmen sus sueños y anhelos de una vida ideal en un lugar ideal. La mayoría coincidió en que Albanta es un paraíso, un lugar bello, hermoso, con vegetación, playas, con gente de todo tipo. Una dice que “Albanta está muy lejos”, otra que “es una isla”, otra lo describe como un lugar lleno de flores y plantas, con una cascada y con un hermoso lago, lleno de animales, sobre todo de mariposas. Es interesante saber que se proyecta el lugar ideal como mágico, de cuento, pero el hecho de que para algunas sea una isla o un lugar lejano, podría entenderse como que ellas son conscientes de que alcanzar sus sueños y cumplir lo que anhelan no es una tarea fácil.

Cada una de ellas describió su mundo ideal de manera personal. La mayoría se veía rodeada de su familia, o deseaban que estuviera ahí. Una se de ellas se visualizaba rodeada de mascotas. Sólo una de las chicas del grupo no se vio con pareja. Las demás lo nombraron después de describir el lugar, para ellas su pareja es la persona que realmente quieren, se miran caminando con él por la playa, por la montaña, una la definió como “la persona que va a estar a mi lado toda la vida”. Otra lo definió como “la persona casi perfecta que escogí para que formemos un hogar” Otra indica que ese chico debe ser tranquilo, respetuoso, amigable para poder estar juntos.

Cuatro de las participantes se proyectaron como madres, una se miraba con un hijo, la otra le puso el nombre de Alejandro al suyo, la otra expresó que “pensamos en tener muchos hijos” y una indicó que “estoy feliz porque en poco tiempo tendré un bebé que será la luz de cada día”

De las demás que se vieron con pareja, una de ellas describió cómo sería estar con él “tener paz, dar cariño, amor para él, que él se dé cuenta que yo le quiero mucho”. Otra se mira con él disfrutando de paseos por el lugar. Una manifiesta que está con “la persona que va estar a mi lado toda la vida” y la otra le define como “la persona casi perfecta que escogí para que formemos un hogar”

Ellas se proyectaron cumpliendo sus sueños. Una de ellas se miró rodeada de perritos, como veterinaria y con una fundación protectora de animales, se veía a la vez como una pianista, cantante, bailarina, estudiando modelaje, arqueología y astrología (muestra sus aspiraciones) nombró a su familia, a su pareja con quien pensaba tener muchos hijos. Albanta es “el lugar que siempre soñé” indicó.

Para otra, Albanta es el paraíso que debería ser cuidado, no destruirlo con mentiras o hipocresías. Otra indica que en ese lugar está su familia, su pareja, nadie se pelea, ni discute; al final escribió “pensar, saber y sentir que soy única, diferente entre los demás. Me siento feliz” Una de ellas comenzó a describir su mundo ideal y se detuvo en la tercera línea, escribió “sé que no va a ser posible... sé que no es así, hay que vivir la realidad y afrontar las cosas”. Otra indicó que quería estudiar arte dramático y turismo, pero que sus padres creían que arte dramático no le va a ser útil, que no es buena profesión ser actriz.

Todas a su manera se abrieron y escribieron sus sueños, se imaginaron cumpliendo sus anhelos, pero algunas con los pies en la tierra, otra señaló lo que quiere pero también que sus padres no le dejarían hacerlo. Como vemos sus proyecciones en el lugar ideal también reflejan sus frustraciones y miedos. No todas se miran como madres,

pesa más la familia que la pareja, pero todo el grupo se imagina en ese lugar feliz, realizadas como personas.

En los comentarios de cierre las participantes indicaron que uno de los factores para que se den los embarazos en adolescentes es la falta de comunicación entre padres e hijos, también la ausencia en los colegios de clases de educación sexual adecuadas.

Perfil de valores y principales hallazgos

Al llevar a cabo el grupo focal se obtuvieron como valores que definen al perfil de las adolescentes estudiadas los siguientes:

- Sinceridad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Optimismo
- Respeto
- Amistad

Las adolescentes son optimistas, idealistas y soñadoras, sin embargo tienen claro lo que puede ser la realidad. El entorno en el que viven les ha influenciado, lo que es común y normal, se han encontrado problemas sociales presentes en este grupo de estudio como el consumo del alcohol o la falta de interés por el estudio, problemas con sus familias por la falta de comunicación o por el hecho de tener que realizar roles que no les corresponden, como cuidar de sus hermanos cuando sus padres viajan. Ellas aún son menores de edad.

El grupo focal como herramienta utilizada sirve para obtener información importante, pero no es tan efectiva como la metodología de las entrevistas en profundidad, por ejemplo, en la técnica proyectiva del collage dos o tres de las participantes querían la misma foto de la chica o del chico. En el momento de dar su opinión se miraban entre ellas para saber si obtenían rechazo o aceptación. Por estas

razones se optó por ya no realizar más grupos focales y enfocarse la investigación en el uso de entrevistas en profundidad.

Anexo 8. Ficha de la campaña “Por el derecho a una sexualidad con sentido” (Colombia)

El 17 de septiembre de 2010 en Colombia se realizó el lanzamiento de la estrategia “Por el derecho a una sexualidad con sentido”, parte de la campaña efectuada por la Comisión Nacional Intersectorial para la promoción y garantía de los derechos sexuales y reproductivos, el Ministerio de la Protección Social, el Ministerio de Educación, la Consejería Presidencial de Programas Especiales y el Fondo de Población de las Naciones Unidas UNFPA.

En la estrategia están vinculados personalidades de la vida nacional, como Valerie Domínguez, Andrés López, Carlos “el Pibe” Valderrama, Cristina Hurtado, José Narváez y Adriana Lucia, entre otras.

La estrategia legitima la sexualidad como un derecho inherente a los seres humanos. El sentido es el resultado de la toma de decisiones autónomas, informadas y con proyección de futuro. Apela al sentido de razón, sentimiento, orientación, sensaciones y afectividad.

El reconocimiento a la legitimidad sexual de los adolescentes, jóvenes y mujeres, la identidad y el acceso a los servicios son los tres ejes temáticos de esta campaña.

La campaña se activará en Universidades, con eventos de moda, fiestas, espacios virtuales y coloquios, con el propósito de promover el dialogo sobre los derechos sexuales y reproductivos.

Ésta parte de considerar que los derechos sexuales y reproductivos son Derechos Humanos, fundamentales y universales, que la sexualidad es una parte integral de la personalidad de todo ser humano, y que su difusión requiere del trabajo articulado de la

sociedad en su conjunto, Por eso, más de 35 organizaciones y medios de comunicación se han sumado a esta iniciativa desde su inicio.

Cuando se realizó esta investigación se capturó la portada del muro de la campaña que tiene en Facebook. La página web de la estrategia no está en funcionamiento: www.sexualidadconsentido.com



Anexo 9. Ficha de la campaña “El embarazo es cosa de dos” (España)

En el año 2010 el Ministerio de Sanidad Política Social e Igualdad del Gobierno de España conjuntamente con el Instituto de la Mujer lanzaron a nivel nacional la Campaña “El embarazo es cosa de dos”.

El objetivo de la campaña tenía como pilar fundamental educar para promover una sexualidad más sana y segura, la prevención de embarazos no deseados y la protección contra el sida y las enfermedades de transmisión sexual, poniendo al alcance de adolescentes y jóvenes una información suficiente y adecuada.

Con el lema “Evitar embarazos no deseados es cosa de dos”, se pretendió transmitir los valores de relaciones en igualdad y respeto mutuo, mediante la corresponsabilidad en las decisiones sobre prácticas sexuales y uso de métodos anticonceptivos.

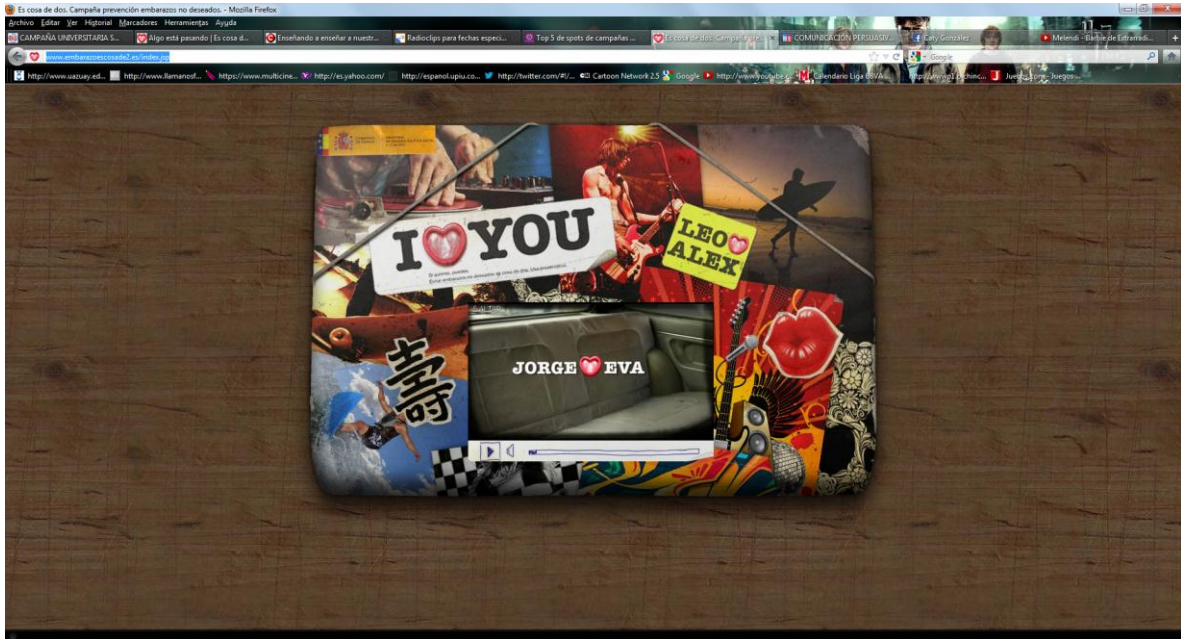
El público objetivo al que se dirigió la campaña fue la población de ambos sexos entre 16 y 25 años. La difusión de la campaña se realizó a través de los medios más afines al target:

Internet: Principalmente en las redes sociales (Facebook y tuenti) y buscadores como Google, Yahoo, entre otras. Además de otros sites de mayor afluencia de perfil joven: portales generales como Messenger, Yahoo o Terra, de entretenimiento, páginas de información deportiva y de televisión, música o videojuegos.

A más de internet se utilizaron medios de comunicación como radio, publicidad exterior, en metro, autobuses y estaciones de cercanías de Renfe, de las principales provincias españolas. Prensa deportiva y revistas juveniles. Se editaron folletos y carteles, que se distribuyeron en diferentes puntos de todo el territorio nacional.

Para una mejor difusión y efectividad de la campaña, se creó el site: www.embarazoescosade2.es a través de la que se facilita hasta el día de hoy, información

sobre métodos anticonceptivos y de prevención de infecciones de transmisión sexual, permitiendo la interactividad con los y las usuarios. Igualmente, se pueden visitar espacios en las redes sociales. Todo esto se creó para favorecer la viralidad de la campaña, la cobertura y efectividad de la acción. Web: <http://www.embarazoescosade2.es/index.jsp>



Anexo 10. Ficha de la campaña “Yo pongo condón” (España)



El Ministerio de Sanidad y Consumo de España ha lanzado una campaña, que se convirtió en un verdadero éxito en Internet gracias a que el video fue subido a YouTube, con la que se busca prevenir los embarazos no deseados en adolescentes, utilizando para ello el condón como método anticonceptivo.

La campaña lleva el nombre “Yo pongo condón” y, como se puede apreciar en el título, se trata de un original hip-hop cuya letra incluye una sola vocal, la “o”. Quienes desarrollaron la campaña prestaron especial atención a los intereses del público objetivo y también han creado espacios en redes sociales como Facebook y Tuenti, además de la web oficial, desde donde es posible descargar el tono del anuncio. Por otro lado, la Federación de Empresarios de Salas de Fiesta, Baile y Discotecas de España ha decidido apoyar la campaña “Yo pongo condón” incluyendo en su lista de canciones el hip-hop que tiene una duración de 30 segundos y que es repetido hasta seis veces a lo largo de la noche. A continuación publicamos la letra del anuncio “Yo pongo condón”:

CHICA:

¡Stop! Tronco, yo no corro con bombos.

O con condón, o yo pongo stop.

Como fosos, como pozos. Somos dos.

O con condón, o yo sobre".

CHICO:

Bombón, yo propongo.

Condón, como modo.

Lo cojo, lo toco, lo pongo.

Con condón, yo floto pronto.

CHICA:

Sólo con condón.

CHICO:

"Sólo con coco".²⁷



²⁷ Publicado por De Que Se Trata. <http://dequese trata.floguis.com/2008/12/yo-pongo-condon-you-tube-con-condon.html>

Anexo 11. Ficha de la campaña “El control de tu vida lo tienes tú” (Venezuela)

El 29 de octubre de 2009 el Ministerio del Poder Popular para la Educación y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), lanza la campaña en 20 estaciones del Metro de Caracas. El objetivo era promover entre los y las adolescentes la prevención de un embarazo antes de tiempo.

Los muchachos y muchachas recibieron información educativa en el marco de la celebración del Día Nacional de la Prevención del Embarazo Adolescente, bajo el lema "El control de tu vida lo tienes tú", que motiva a los jóvenes a tener un proyecto de vida. Así lo indica la única información que da oficialmente la UNFPA en su site en Venezuela: <http://venezuela.unfpa.org/new42009.htm>

La campaña no tiene web propia. En esta información se da a conocer a su vez que en Venezuela el 21% de los niños y niñas que nacen son hijos de madres menores de 19 años, lo que implica que 1 de cada 5 adolescentes venezolanas ya es madre.

Anexo 12. Recortes de periódicos con artículos que tratan sobre el embarazo en la adolescencia.



Ilustración 17 El Universo 18 de marzo de 2012



Ilustración 18 El ciudadano 26 de febrero de 2012

EN EL 2001 HABÍA 118.264 ADOLESCENTES EMBARAZADAS, AL 2010 ERAN 121.288

“Era muy pequeña y usar anticonceptivos... no pude”

El 17,2% de las adolescentes del país, entre los 15 y 19 años, ha tenido ya un hijo; así lo revelan las cifras del último censo de población y vivienda realizado en el 2010. Una de estas mujeres es Andrea, quien cuenta cómo vivió, con su madre, la maternidad temprana

Redacción: Santiago

“La cirugía llegó demasiado y mi hijo nació por una emergencia que siempre fue un buen parto. Como ella se iba a ir, el médico le dijo que se fuera a un chequeo”, recuerda Alicia Solís.

Se iba Andrea a Guayaquil, a tomar de entre ellos, los papeles. Con cinco años apenas, ya está separada de su padre y lleva en su casa a una niña de 10 meses.

Alicia recuerda que el padre le pagó a la mamá cuando se casó de su embarazo. “A mi hijo se le gastaba mucho, pero nosotros nunca le dábamos a las fiestas de los amigos porque a mi marido no le agradaban esos cosas”, cuenta, sentada en la sala de su casa de Guayaquil.

“Yo viví con Alicia cuando estaba en embarazo de la mamá, me casé con ella y nos fuimos a vivir a 24 de Mayo, en Manabí”, se acuerda Alicia, que se casó con su futura mamá cuando ella estaba en la sala de su casa de Guayaquil.

Conoció a su primer y hasta ahora único amor cuando regresó de un viaje a la escuela. Ella tenía 15 años y se casó con él (Alicia), quien se casó de una mujer y estaba en la sala de su casa de Guayaquil. Después de eso, ella se casó con él y quedó embarazada. Ella tenía 15 años, no tenía, pero ella de los años.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.

“La conocí cuando estaba en séptimo año de la escuela. Me enamoré y nos fuimos juntos.”

En realidad, no le fue tan fácil. En su primer año de secundaria, ella estaba en la sala de su casa de Guayaquil. Ella tenía 15 años, no tenía, pero ella de los años.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.

“Yo sé que ella no lo sabía”, se acuerda.



Adolescentes y su hijo los días malos cuando vivían con los padres de la mamá, ella siempre regresó al colegio cuando su hijo cumplió un año de edad.

29

millones de dólares han destinado tres ministerios para tratar el tema

172

de cada 1.000 adolescentes, de entre 15 y 19 años, han tenido al menos un hijo

asustado por los golpes, y como en la casa de su mamá, que él había ido a la casa de su mamá.

Ministerios proponen un plan intersectorial

En el Ecuador de cada 1.000 niñas, hay una embarazada.

En decir, en la actualidad existen en el país 3.894 menores de edad que han dado a luz.

Esta situación es alarmante entre los adolescentes: el 17,2% de chicas de entre 15 y 19 años en Guayaquil, lo que equivale a que de cada 1.000 adolescentes, 172 han tenido al menos un hijo.

Tomando en cuenta dichos adolescentes, tres ministerios pen-

haron, que la Estrategia Nacional Intersectorial de Prevención del Embarazo Adolescente y Planificación Familiar (ENPEAF).

Los titulares del Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (MCDIS), el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y el Ministerio de Educación, presentarán, en un inicio, para fortalecer la prevención del embarazo entre los adolescentes.

Doris Solís, titular del MCDIS, asegura que el Ecuador enfrenta graves problemas de salud pública: falta de acceso a planificación familiar, incremento de embarazos adolescentes y violencia sexual.

Para fundamentar sus declaraciones se basa en el Censo de Población y Vivienda 2010, el cual revela que un total de 121.288 adolescentes de entre 15 y 19 años dieron a luz al menos una vez.

El censo anterior, realizado en el 2001, reveló que el 18% de jóvenes embarazadas de entre 15 y 19 años era madre, es decir 118.264 mujeres entre 823.444.

La ministra de Salud, Carina Vaca, señala que es importante fortalecer la información para evitar una sexualidad plena y responsable.

En esa línea detalló las estrategias que se han establecido desde 2010. Entre ellas mencionó la implementación de la línea 1800 445566, con 13 operadores para brindar atención gratuita.

Dijo que en 15 distritos del te-

Las cifras

Según un informe de las Naciones Unidas, en el 2005, el 7% de los habitantes del país correspondió a mujeres que tenían entre 15 y 19 años.

El censo realizado en el 2001 reveló que el 18% de las jóvenes embarazadas entre los 15 y 19 años ya era madre.

El último censo, realizado en el 2010, detalló que 121.288 adolescentes (de entre 15 y 19 años) se convirtieron en madres en la última década.

“No me separé porque Alex, me pegaba. Él trabajaba como cocinero los cinco días...”

rejería ecuatoriana se han ofrecido 3.396 atenciones médicas y se ha ampliado la cobertura con 500 unidades de atención de orientación sexual.

Para el 2012 hay un presupuesto de \$4,7 millones destinados solo al tema de métodos anticonceptivos.

Enma Ponce, titular del MIES, detalló que en 141 distritos se capacitó a 423 líderes y que también fueron capacitados 300 coordinadores y promotores de desarrollo infantil para trabajar en temas de derechos sexuales.

Por su parte, Gloria Vidal, ministra de Educación, indicó que además de fortalecer la formación inicial se creó un manual para padres y madres, que salió en los primeros meses.

Un total de 28 millones de dólares son destinados para ejecutar estas estrategias intersectoriales.

Con ese presupuesto, los ministerios pretenden reducir, a mediano plazo, en un 25% la tasa de embarazos en niñas y adolescentes. ■

Anexo 13. Material gráfico utilizado por varias instituciones en campañas de prevención de embarazos adolescentes.

çerca PROJECT PROJECTO

LINEA DE AYUDA
4047124
UN AMIGO JUNTO A TI... LAS 24

*Quererse mutuamente
es protegerse sanamente*
CERCA ... de ti

Por una **ADOLESCENCIA** a plenitud

087616470 CELULAR SMS

busca información en tu centro de salud ...

Centro de salud # 1
Subcentro de salud El Valle
Subcentro de salud Chiquintad

proyecto.cerca@ucuenca.edu.ec
cercauc@yahoo.com
www.proyectocerca.webs.com
www.proyectocerca.org

Ministerio de Salud Pública

Ilustración 20 Impreso del proyecto CERCA para publicitar sus labores

ANTECEDENTES

En el Ecuador viven cerca de dos millones y medio de adolescentes entre 10 y 19 años, los/as adolescentes representan el 20% del total de la población ecuatoriana. La tendencia de la fecundidad adolescente en el país en la última década se ha incrementado, siendo la más alta de la subregión andina y oscila alrededor de 100 nacimientos por cada mil mujeres.



En Ecuador dos de cada tres adolescentes de 15-19 años sin educación son madres o están embarazadas por primera vez. Las proporciones de maternidad adolescente son hasta cuatro veces más altas entre las que no tienen educación (43%), comparadas con las de niveles educativos más altos (11% con secundaria completa).

En el Hospital Vicente Corral Moscoso, 3 de cada 10 madres que dan a luz, son adolescentes.

CERCA (*Community-embedded reproductive health care for adolescents*) es un proyecto multicéntrico cuyo objetivo principal es:

"Formar y fortalecer el sistema de atención primaria en salud haciéndolo más acorde a las necesidades sexuales y reproductivas de los adolescentes, mediante la intervención en la comunidad mejorando el acceso a servicios médicos primarios de la calidad, con un ambiente adecuado y con personal capacitado".

PARTICIPANTES DEL PROYECTO CERCA










Centro Internacional de Salud Sexual y Reproductiva y el Departamento de Medicina general y atención primaria, Universidad de Ghent-Bélgica.

Grupo Sur Bolivia.

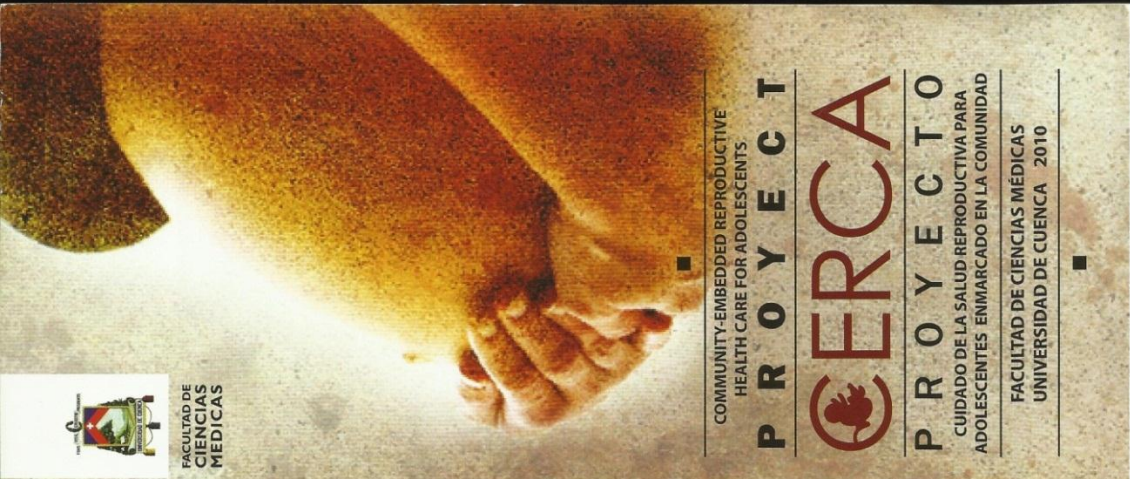
Facultad de Ciencias Médicas, Universidad de Cuenca-Ecuador.

Departamento de Medicina Familiar, Universidad de Medicina de Kaunas-Lituania.

Departamento de Cultura, Antropología y Sociología, Universidad de Amsterdam-Holanda.

Centro de Investigaciones y Estudios de la Salud, Universidad Autónoma de Nicaragua, Nicaragua.

Instituto Centroamericano de la Salud, Nicaragua.





FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS

COMMUNITY-EMBEDDED REPRODUCTIVE HEALTH CARE FOR ADOLESCENTS

PROYECTO CERCA

PROYECTO CUIDADO DE LA SALUD REPRODUCTIVA PARA ADOLESCENTES ENMARCAO EN LA COMUNIDAD

FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS
UNIVERSIDAD DE CUENCA 2010

Ilustración 21 Tríptico informativo proyecto CERCA 1

DEFINICIONES GENERALES

Para el estudio se define adolescentes como aquellos jóvenes comprendidos entre los 12 a 19 años. Salud sexual y reproductiva comprende para el proyecto actividades tales como: planificación familiar, consejería, información y tratamiento de las infecciones del tracto genital y enfermedades de transmisión sexual, prevención de la infertilidad, información, educación y consejería en sexualidad humana y salud reproductiva y paternidad responsable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Se planifica cumplir los objetivos del proyecto por etapas, a las cuales se denomina paquetes de trabajo desarrollados por los socios del proyecto específicos en el lapso de 4 años.
- Determinar las necesidades sexuales y reproductivas de la salud de adolescentes de los tres países latinoamericanos.
- Desarrollar estrategias de intervención comprensivas e integradas en la comunidad, encaminadas a mejorar el acceso a servicios amigables de atención primaria en salud sexual y reproductiva para adolescentes, con un ambiente adecuado y con capacidad que apoyen las decisiones saludables en la ámbito de la salud sexual, extendidas a la comunidad enmarcadas y tendientes a mejorar el sistema de la salud.
- Desarrollar estrategias de intervención y medios para alcanzar un acercamiento con los adolescentes, así como la difusión del conocimiento y el desarrollo de actividades mediante el uso de medios (mensajes de texto e Internet).
- Analizar el trabajo en salud sexual y reproductiva con adolescentes en la comunidad en tres países de América Latina y comparar con experiencias similares en atención primaria en Europa.
- Evaluar la experiencia de la investigación de acción, basada en la participación de la comunidad y el pacto como política orientadora de la investigación.

- Obtener y determinar la evidencia cuantitativa de la investigación para mejorar las estrategias de intervención.
- Desarrollar estrategias para tender un puente entre la investigación y las políticas sanitarias, involucrando actores que regulan la política en el proceso de la investigación.
- Difundir los resultados de la investigación entre la comunidad científica, pública y política en los tres países latinoamericanos (Bolivia, Ecuador y Nicaragua), en Europa y el mundo.

PLAN DE TRABAJO

Etapas 1: Análisis situacional y preparación de los elementos de la investigación

- Análisis de los determinantes de salud.
- Selección de los elementos de investigación.
- Desarrollo de la estrategia de intervención CERCA.

Etapas 2: Implementación y monitoreo de las intervenciones

- Evaluación pre intervención.
- Implementación de la intervención.

- Monitoreo continuo y evaluación del proceso de intervenciones e investigación de acuerdo a la metodología del estudio.
- Evaluación pos intervención.

Etapas 3: Análisis de datos

- Análisis de datos cualitativos.
- Análisis comparativo de los datos pre y post intervención en los centros de salud involucrados.
- Análisis comparativo entre los grupos de control e intervención.
- Finalización de la estrategia de intervención CERCA.
- Desarrollo de un marco de intervención en el sistema de salud.

Etapas 4: Reporte final y difusión

- Reportes técnicos del proceso, hallazgos y resultados de la investigación.
- Difusión de los resultados de la investigación a nivel nacional e internacional, a gestores de políticas nacionales y a la comunidad científica.

LUGARES DE APLICACIÓN DEL PROYECTO

Subcentros de Salud de El Valle y Chiquintad, Centro de Salud Nº 1.

EQUIPO COORDINADOR

NOMBRE	INSTITUCIÓN	PERFIL
Dr. Bernardo Vega C.	Universidad de Cuenca	Especialista en Ginecología y Obstetricia
Dra. Nancy Auquilla D.	Universidad de Cuenca	Magister en Salud Integral del adolescente
Dr. Arturo Quizhpe P.	Universidad de Cuenca	Magister en Pediatría
Lcda. Adriana Verdugo S.	Universidad de Cuenca	Especialista en Perinatología Máster en Investigación
Dra. Edith Villamagua J.	Ministerio de Salud Pública	Especialista en Pediatría Magister en Salud Integral del Adolescente
Dra. Janeth Campoverde	Ministerio de Salud Pública	Máster en Salud Integral del Adolescente



Ilustración 22 Tríptico informativo proyecto CERCA 2

Bibliografía y trabajos citados

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. <http://andes.info.ec>. 3 de marzo de 2011. 5 de septiembre de 2011 <<http://andes.info.ec/tema-del-dia/la-mujer-ecuatoriana-tiene-en-promedio-3-3-hijos-segun-cifras-oficiales-52245.html>>.
- Altura, Proyecto Salud de. «Documento de sistematización del taller de socialización.» 27 de Noviembre de 2006. Escuelas promotoras de salud. Experiencias exitosas. 17 de febrero de 2012 <http://www.saluddealtura.com/fileadmin/fotografias/archivos/Escuelas_Promotoras_de_Salud.pdf>.
- Alvarado, Liliana de Marsano. «Neuropedagogía.» s.f. <http://neuropedagogiacolombia.com/>. 17 de octubre de 2011 <http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf>.
- Arellano, Cueva Rolando. Comportamiento del Consumidor, enfoque América Latina. México D.F.: Mc Graw - Hill, 2002.
- Aulestia, Ana Lucía, María Pilar Vela y Raquel Del Amo. «Un viaje a la adolescencia.» Ecuatoriana, CEIME Centro de Estudios e Investigaciones de la Mujer. Manual de Educación en Género. Adolescencia y Desarrollo. Quito: CEIME, 1997. 61 -133.
- Bastardo, Hahm Carlos. La Nariz de Elizabeth Montgomery. Anti-manual para la aplicación de la propuesta etnográfica a los estudios del consumidor. . Cuenca: Advance consultora, 2010.
- Beltrán, Luis Ramiro. «Comunicación para la salud del pueblo.» 2010. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Revista de investigación y análisis. Universidad de Colima. 14 de Febrero de 2012 <<http://www.culturascontemporaneas.com/contenidos/2%20Ensayo%20Beltran%20pp%2017-65.pdf>>.
- Beltrán, Luis Ramiro. «La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes.» Latina., OMS-OPS-UNESCO. Oficina Regional de Comunicación para América. Por una política de Comunicación para la Promoción de la Salud en América Latina. Quito, 1994. 51-52.
- Bravo, Nina. Valores humanos por la senda de una ética cotidiana. Santiago de Chile: RIL editores, 1995.
- Casabayó, Mónica y Borja Martín. Fuzzy Marketing. Cómo comprender al consumidor camaleónico. . Barcelona: Ediciones Deusto, 2010.

- CERCA. Cuidado de la Salud Reproductiva para Adolescentes enmarcado en la Comunidad. Boletín informativo Año I. Cuenca : Universidad de Cuenca, 2010.
- Choque, Larrauri Raúl. «Comunicación y Educación para la promoción de la salud.» Diciembre de 2005. Razón y Palabra. Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología. . 14 de Febrero de 2012
<<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/comyedusalud.pdf>>.
- ConsumerInsightsPeru. «¿Qué es un insight? - Cristina Quiñones (Mercado Negro TV) .» 23 de Mayo de 2010. Youtube. 16 de julio de 2012
<http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=pRpHr1S6xUk>.
- Diario El Universo. «Una nueva promesa para bajar tasa de maternidad adolescente.» El Universo 18 de marzo de 2012: 10-11.
- Ecuador, UNFPA. Datos informativos del Ecuador. 2011. 17 de febrero de 2012
<http://www.unfpa.org.ec/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=41>.
- ENDEMAIN. «www.cepar.org.ec.» 2004. Centro de Estudios de Población y Desarrollo Social. 15 de octubre de 2011
<http://www.cepar.org.ec/endemain_04/nuevo05/pdf/texto/01_introduccion.pdf>.
- Fernández Labastida F. -Mercado J. A editores. Philosophica: Enciclopedia filosófica online. 2007. septiembre de 2011 <<http://www.philosophica.info/voces/scheler/Scheler.html>>.
- Forero, Mónica. Correo electrónico "Problemática adolescentes 2". Cuenca, 5 de enero de 2012.
- Gobierno Nacional, SENPLADES, PNUD. CISMIL. «II Informe Nacional de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Alianzas para el Desarrollo. ODM Ecuador.» 2008. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. 17 de febrero de 2012
<http://www.undp.org.ec/odm/II_INFORME_NACIONAL.pdf>.
- Gutiérrez, María Patricia. Informe CIPEA. Sistematización de sus avances y lecciones aprendidas. PDF Digital. Quito: CIPEA, 2009.
- hoy.com.ec. «Educación sexual, sin metodología.» 23 de marzo de 2011. hoy diario en línea. 17 de febrero de 2012 <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/sexualidad-se-imparte-por-talleres-465619.html>>.
- Hoyuela, Paloma y María José Gámez (Coordinadoras). «www.uji.es.» s.f. Universidad Jaume I. 30 de enero de 2012 <www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi6/csocial>.
- INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2012. 17 de febrero de 2012 <www.inec.gov.ec>.
- Isaacs, David. La educación de las virtudes humanas. Navarra: Ediciones EUNSA, 1981.

- Issler, Juan R. «Embarazo en la adolescencia.» agosto de 2001. Revista de postgrado de la Facultad de Medicina. Universidad Nacional del Nordeste. 20 de febrero de 2012
<http://med.unne.edu.ar/revista/revista107/emb_adolescencia.html>.
- Jaramillo, Néstor. La otra p, fundamentos de publicidad. Quito: Exel Impresores Gráficos, 2011.
- Jerves, Monserrath y Paul Enzlin. Estado del arte de la educación sexual en adolescentes. Promoción de la salud sexual en adolescentes. Cuenca: Universidad de Cuenca, 2011.
- . Resultado de las investigaciones. Resultado de las investigaciones. Cuenca: Universidad de Cuenca, 2011.
- Joseph F. Hair, Jr. Robert P. Bush, David J. Ortinau. Investigación de mercados. México, D.F.: Mc Graw-Hill Interamericana , 2007.
- Lagunas del Amo, Raquel. Ecuatoriana, CEIME Centro de Estudios e Ivestigaciones de la Mujer. Manual de Educación en Género, adolescencia y desarrollo. Quito: CEIME ediciones, 1997. 235-242.
- López, Mata Anabel y Martha Edith Villanueva. Imagen y valores en los niños. Tesis licenciatura en Psicología Social . Iztapalapa, México D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana. Disponible en pdf, 2003.
- Malfitano, Oscar. «Neuromarketing.» 2007. Google Books. 16 de octubre de 2011
<http://books.google.com.ec/books?id=YZq6eCYPF4cC&pg=PA330&dq=neurociencia+y+marketing&hl=es&ei=35qaTp3TKOfm0QGxhpiaBA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CDsQ6AEwAQ#v=onepage&q=neurociencia%20y%20marketing&f=false>.
- map, World by. Population of the world. julio de 2010. 17 de febrero de 2012
<<http://world.bymap.org/Population.html>>.
- Marangoni, Paolo. La ruta. Guayaquil: ENSA Gráfica, 2003.
- Ministerio de Salud Pública. ENIPLA. «Farmagé Ecuatoriana S.A., salud reproductiva.» 2012. Resumen de la Estrategia Nacional Intersectorial de Planificación Familiar. 30 de agosto de 2012 <<http://www.farmagecuadoriana.com/descargas>>.
- Moreno, José Eduardo. «IV Encuentro Nacional de Docentes Universitarios Católicos. Ponencia "Perfil de valores y el valor de la libertad".» Mayo de 2007. 25 de abril de 2011
<<http://www.enduc.org.ar/enduc4/trabajos/t056-c14.pdf>>.
- MSP, Consejo Nacional de Salud. República del Ecuador. «Situación de los adolescentes en el Ecuador. Política de Salud y Derechos Sexuales y Reproductivos.» Agosto de 2007. Health Research Web. 17 de febrero de 2012
<http://www.healthresearchweb.org/files/Políticas_Nacionales_Salud-Ecuador_2007.pdf>.

- Núñez, Miguel Ángel. Sexo y amor. La sexualidad, un diseño perfecto. Buenos Aires : Asociación Casa Editora Sudamericana, 2007.
- ODM Ecuador. «II INFORME NACIONAL DE LOS OBJETIVOS.» 2007. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 16 de julio de 2012 <<http://www.undp.org.ec/odm/index.htm>>.
- OMS. Humboldt-Universität zu Berlin. Archivo de sexología. La definición de salud sexual. 2002. 14 de Febrero de 2012 <http://www2.hu-berlin.de/sexology/ECS5/definicion_4.html>.
- . Organización Mundial de la Salud. 2012. 20 de febrero de 2012
<http://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/es/>.
- . World Health Organization. Salud Reproductiva. Proyecto de estrategia para acelerar el avance hacia el logro de los objetivos y metas internacionales de desarrollo. 18 de Diciembre de 2003. 14 de Febrero de 2012
<http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB113/seb11315a1.pdf>.
- Ortega Ruiz, Pedro y Ramón Mínguez Vallejos. Los Valores en la Educación. Barcelona: Editorial Ariel. S.A., 2001.
- Padilla Albadalejo, Adriana. «El marketing de valores.» Tesis de Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas. PDF. 2010.
- Penagos, Velásquez Gloria Stella. «Proyecto Soy y Luna. Red de prevención del embarazo adolescente en Medellín. .» 2007. Alcaldía de Medellín. 22 de Febrero de 2012
<http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Salud/Secciones/Programas%20y%20Proyectos/Documentos/2009/Salud%20Sexual%20y%20Reproductiva/Investigacion_Efectos_del_embarazo.pdf>.
- Pépin, Louise. La psicología de los adolescentes. Barcelona: oikos-tau, s.a. , 1975.
- Peris, Pichastor Rosa y Sonia Agut Nieto. «Evolución conceptual de la Identidad social: El retorno de los procesos emocionales.» diciembre de 2007. Revista Electrónica de Motivación y Emoción REME Volumen X en línea. pdf. 18 de septiembre de 2011
<<http://reme.uji.es/articulos/numero26/article2/article2.pdf>>.
- Pienda, Jesús Avelino de la. «Educación, axiología y utopía.» s.f. En línea. Google books. 18 de septiembre de 2011 <<http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=FE4HyUAR-BEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=axiologia&ots=gZPRFj8ow6&sig=5J9lp5U9btj6hLqaYl6fx5IDzXY#v=onepage&q=axiologia&f=false>>.
- Prieto, Castillo Daniel. Diagnóstico de comunicación. Mensajes, Intituciones, Comunidades. Quito: QUIPUS, 1990.

Rivera, Ana Lorena Mora Contreras y Patricio Criado. «www.guiasyscoutsdechile.cl.» agosto de 2000. 18 de septiembre de 2011
<http://www.cvd.cl/pdf/RecursosScout/Documentosvarios/Valores_Hoy.pdf>.

Rodea, Felipe. «Los valores, su crisis y los medios de comunicación.» 30 de junio de 2008. Revista Enlace: expresiones en la sociedad civil. 18 de septiembre de 2011
<http://www.organizacionessociales.segob.gob.mx/Revista_Enlace/los_valores.html>.

Sabino, Carlos A. Cómo hacer una tesis y elaborar toda clase de trabajos escritos. Santafé de Bogotá, D.C. : Panamericana Editorial Ltda. , 2000.

Santrock, John W. Adolescencia. Madrid: McGraw-Hill, 2003.

UNDP. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 2008. 17 de febrero de 2012
<<http://www.undp.org.ec/odm/fondoodm.html>>.

Varea, María Soledad. «Flacso Andes.» 2007. II Congreso Ecuatoriano de Antropología y Arqueología: balance de la última década: aportes, retos y nuevos temas. 30 de agosto de 2012
<http://www.flacsoandes.org/biblio/shared/exist_view.php?bibid=106570©id=162332&tab=opac>.

Vega, Crespo Bernardo. «Entrevista al director del proyecto CERCA.» Cuenca, junio de 2012.

www.definicion.de. Definicion.de. 2011. 14 de febrero de 2012 <<http://definicion.de/campana/>>.