

# UNIVERSIDAD DEL TEPEYAC

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

CON ESTUDIOS RECONOCIDOS OFICIALMENTE POR

**ACUERDO No. 3213-25 CON FECHA 13-VI-1997**

DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



## **ACTITUD DE LOS ADOLESCENTES ANTE LAS CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE**

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

PRESENTA

LILIANA SOLÍS ARZATE

MÉXICO, D.F.

2014



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# UNIVERSIDAD DEL TEPEYAC

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

CON ESTUDIOS RECONOCIDOS OFICIALMENTE POR

**ACUERDO No. 3213-25 CON FECHA 13-VI-1997**

DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



## **ACTITUD DE LOS ADOLESCENTES ANTE LAS CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE**

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

PRESENTA

**LILIANA SOLIS ARZATE**

**ASESOR DE TESIS**

LIC. BERTILA CHAROLET HERNANDEZ  
CÉDULA PROFESIONAL N° 2693265

MÉXICO, D.F.

2014

## AGRADECIMIENTOS

Como no empezar agradeciendo a mis padres Mary y Javier, quienes sin lugar a duda han sido mi apoyo y fortaleza, no solo en la elaboración de esta tesis, sino a lo largo de mi vida. Gracias a estos dos seres humanos tan maravillosos he tenido una vida llena de aprendizaje, experiencias, ejemplo de superación profesional a seguir, pero sobre todo amor y felicidad.

Le doy gracias a mis hermanos Tan, Alex y mis hermanos postizos Luis y Nalle, quienes son un pilar fundamental en mi vida y clara muestra de unión y cariño incondicional y reciproco.

Agradezco a Charlie por estar siempre, no solo en los buenos ratos, sino en los peores, pero sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

A Berty Charolet, mi asesora, profesora y amiga, que me guió y alentó a seguir con la tesis aún en momentos de desánimo, frustración, debilidad y apatía.

Les doy las gracias a mis amigos que con un aire de ánimo, bromitas, indirectas y demás, me animaban a seguir con este proyecto de titulación.

También agradezco a Dios que nunca me ha dejado sola y que me brindó salud, amor, fortaleza y la dicha de ser una persona rodeada de amor

Quiero agradecerme a mí, quizá suene ególatra pero es justo, ya que solo yo sé lo que me costó llegar hasta aquí y cerrar este ciclo en mi vida

## RESUMEN

La actitud que tienen los adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable es el tema central del presente estudio. El objetivo principal es sentar las bases para que futuras investigaciones sobre el tema se desarrollen de una manera más integral.

Se irá abordando el tema empezando por la revisión del término actitud, continuando por lo relacionado con la sexualidad, para abordar las campañas de sexualidad responsable que han existido en nuestro país hasta nuestros tiempos, realizando un breve análisis de éstas.

Reflejo de lo anterior, se decidió construir un Diferencial Semántico, compuesto de cuatro preguntas de entre veintinueve y treinta y un adjetivos bipolares respectivamente, mismo que fue aplicado a cien estudiantes de bachillerato (hombres y mujeres) de entre catorce y veinte años de edad.

Una vez obtenidos los resultados del instrumento que permitió medir la actitud de los adolescentes hacía las campañas de sexualidad responsable, se elaboró una propuesta de campaña de sexualidad responsable a través de la elaboración de un taller integral y significativo, para padres y adolescentes.

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

ii

## CAPÍTULO 1. ACTITUDES Y MENSAJE PERSUASIVO

1.1	¿Qué es la Actitud?	2
1.2	Elementos de la Actitud	4
1.3	Función de las Actitudes	6
1.4	Medición de la Actitud	14
1.5	Cambio de Actitud	18
1.6	Mensaje Persuasivo	25

## CAPÍTULO 2. SEXUALIDAD EN ADOLESCENCIA

2.1	¿Qué es la Adolescencia?	45
	2.1.1 Adolescencia y Pubertad	47
	2.1.2 Cambios Físicos	48
	2.1.3 Cambios Sexuales	53
	2.1.4 Cambios Psicológicos	54
	2.1.5 Cambios Sociales	56
2.2	Sexo, Sexualidad y Acto Sexual	56
2.3	¿Cómo se Desarrolla la Sexualidad?	59
2.4	Sexualidad en Adolescentes	60
	2.4.1 Riesgos Físicos del Ejercicio de la Sexualidad	62
	2.4.2 Riesgos Psicológicos del Ejercicio de la Sexualidad	63
	2.4.3 Riesgos Sociales del Ejercicio de la Sexualidad	64
2.5	Sexualidad Responsable	65

CAPÍTULO 3. CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE	
3.1 Campañas Sociales de Comunicación	69
3.2 Historia de la Educación Sexual e Inicio de Campañas sobre Sexualidad Responsable	72
3.3 Campañas de Sexualidad Responsable a Nivel Mundial	80
3.4 Paso a Paso Hacia las Campañas de Sexualidad Responsable en Escuelas de México	87
3.5 Campañas de Sexualidad Responsable en México	95
CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA	
4.1 Planteamiento del Problema	112
4.2 Pregunta de Investigación	116
4.3 Objetivos	116
4.4 Hipótesis	117
4.5 Justificación	118
4.6 Tipo de Investigación	121
4.7 Muestra	121
4.8 Escenario de Aplicación	122
4.9 Técnicas y Herramientas	122
CAPÍTULO 5. RESULTADOS DEL INSTRUMENTO Y PROPUESTA DE TALLER DE SEXUALIDAD RESPONSABLE	
5.1 Descripción de Resultados	138
5.2 Análisis y Discusión de Resultados	143
5.3 Propuesta de Campaña de Sexualidad Responsable para Universidad Insurgentes Plantel Álamos	150
CONCLUSIONES	173

BIBLIOGRAFÍA	178
ANEXOS	193

# INTRODUCCIÓN

Las campañas de sexualidad responsable son una herramienta indispensable en una sociedad donde a pesar de existir métodos de anticoncepción de uso fácil, accesibles económicamente y en adquisición, para evitar embarazos y contagio de enfermedades de transmisión sexual, siguen siendo una opción poco usada o aún peor: mal usada.

Es por ello que se debe trabajar con las nuevas generaciones sobre la sexualidad en un nivel multidisciplinario donde profesionales de distintas áreas trabajen sobre el tema.

Lo anterior llevó a esta investigación a que en su primer capítulo se aborde el tema de las actitudes, que son las que guían nuestra manera de sentir, pensar y comportarnos frente a una situación, en este caso, la sexualidad.

Las actitudes dependen de un sistema de valores que se va configurando a lo largo de nuestra vida, lo cual determinará el que se actúe de acuerdo o en desacuerdo frente a una situación, persona, planteamiento o evento específico del día a día.

Como lo menciona Valero García (2003), formar una actitud pareciera innato, sin embargo, es necesario desarrollar tres elementos: afectivo, cognitivo y conductual.

En el capítulo dos analizaremos la sexualidad en la adolescencia,

donde por una parte se hablará del proceso y desarrollo que todo ser humano tienen que enfrentar, al cual se le llama adolescencia. Se abordarán los principales cambios por los que pasan los adolescentes, tanto a nivel físico, psicológico, social y sexual.

Es pues importante educar a los adolescentes sobre la importancia que tiene su sexualidad, así como las diferencias entre conceptos utilizados de manera similar pero que tienen particularidades diferenciales, como lo son “sexualidad”, “sexo” y “acto sexual”.

En la misma línea, se hace un análisis de como la falta de cobertura de las campañas de sexualidad responsable que existen hoy en día, por lo menos en México, hacen que para el adolescente sea “complicado” tomar una decisión acertada con respecto a cómo vivir su sexualidad de una manera sana, realista y sobre todo responsable.

Debido a lo mencionado en el párrafo anterior, el capítulo tres se enfoca en hablar de las campañas de sexualidad responsable. Abordando el tema desde lo más básico que es entender que dichas campañas son publicitarias, es decir, que se organizan en torno a un tema, que en este caso es la sexualidad responsable, teniendo como finalidad lograr una meta específica en cierto periodo de tiempo. Meta que al parecer no se está logrando adecuadamente, ya que en esta época cibernauta donde los medios masivos de comunicación son de suma importancia quizá no se están eligiendo los adecuados, es decir, los que con mayor frecuencia visitan los adolescentes, como facebook o twitter.

Otra factor de gran relevancia a tomar en consideración es que las

campañas de sexualidad responsable y el tema de sexualidad en general, debe abordarse de manera ética, responsable y con conocimiento de ello, lo preocupante es que en la actualidad, gracias a la tecnología, pareciera que todos somos expertos en diversos temas cuando no necesariamente es así.

De igual manera, se hace una revisión de la historia de la educación sexual y de cómo fueron naciendo las campañas de sexualidad responsable, primero con un enfoque mundial para posteriormente concentrarnos en México, donde se hace un compendio de las campañas más “famosas” o por lo menos, con mayor difusión en el país (esto no quiere decir que sean funcionales).

Todo lo anterior nos llevó a generar la siguiente pregunta que será la guía para la presente investigación... ¿Cuál es la actitud de los adolescentes ante las campañas de Sexualidad responsable?

Para lo cual se decidió desarrollar un instrumento que permitiera medir la actitud de los adolescentes hacia las campañas de sexualidad responsable.

En este caso se eligió construirlo como un Diferencial Semántico. Compuesto de cuatro preguntas de entre veintinueve y treinta y un adjetivos bipolares respectivamente. Dicho instrumento se aplicó a adolescentes (mujeres y hombres), estudiantes de bachillerato de entre catorce y veinte años de edad.

El objetivo de aplicar el instrumento es conocer la actitud que los adolescentes tienen ante las campañas de sexualidad responsable, lo cual

dio como resultado que si bien los adolescentes no tienen un rechazo por dichas campañas, también piensan que son conservadoras, superficiales y aburridas, términos que definitivamente no van de la mano con que ellos adopten dichas campañas como un medio efectivo para identificarse, informarse y por lo tanto llevar a cabo una sexualidad responsable.

Con relación a los datos obtenidos del instrumento aplicada a los adolescentes, se observaron cuáles son los temas o conceptos en los que el manejo de ellos es inadecuado, situación que llevó al diseño de un programa.

Se realizó una propuesta de Campaña de Sexualidad Responsable, a través de la elaboración de un taller de seis sesiones que va abordando poco a poco temas como sexo, sexualidad, acto sexual, la adolescencia en diversos ámbitos como el individual y familiar, la relación de la adolescencia con la sexualidad, métodos anticonceptivos (variedad y uso) y campañas de sexualidad responsable.

Dicho taller está dirigido para que sus asistentes sean tanto padres como hijos, teniendo como base que es de suma importancia que fuera integral y significativo, lo cual indica que llevar una sexualidad responsable no implica únicamente llenar de información al adolescente o al padre de familia, sino que la puedan entender y aplicar adecuadamente.

CAPÍTULO 1  
ACTITUDES

A la valoración que distintas personas poseen sobre distintas cuestiones se le llama actitud. Si alguien está a favor del aborto se diría que tiene una actitud positiva hacia este asunto, mientras que si su punto de vista está en contra del mismo tema, se habla de una actitud negativa.

Para comprender la conducta social, el estudio de las actitudes resulta ser de suma importancia. Ya sea para adquirir nuevos conocimientos, así como a la hora de buscar, procesar y responder a información externa e interna, de igual manera la actitud tiene una relación estrecha con la conducta, es decir, la forma en la que piensan y actúan las personas, por lo cual será más sencillo predecir conductas, de igual manera, las actitudes reflejan la interiorización que las culturas hacen de sus valores, normas y preferencias que los rigen y con los cuales se pueden diferenciar de otras culturas.

El estudiar las actitudes podrá ayudarnos a entender que al cambiar dichas actitudes el contexto seguramente también cambiará, lo cual puede ser la base para comprender cambios más amplios.

### **1.1 ¿Qué es la actitud?**

Para Morales Domínguez (2007) las actitudes son evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otras personas, ideas o cosas que, técnicamente, reciben la denominación de *objetos de actitud*.

Allport (1935) la define como una disposición psicofísica organizada por la experiencia, que ejerce una influencia directriz y dinámica sobre la conducta del individuo en relación con todos los objetos y todas las situaciones con las que está ligada.

Thurston (1928) considera a la actitud como una simple disposición que inclina hacia o repele un objeto. (Citado por Valero García, 2003, p.86).

Según Olson y Zanna (1993) la actitud se refiere a reacciones evaluativas favorables o desfavorables hacia alguien o algo, que se manifiesta en las creencias, los sentimientos, o el comportamiento deliberado. (Citado por Myers, 2000, p.130).

Fragassi (2006) menciona que la actitud es una disposición mental particular, hacia una práctica planteada. Puede ser positiva, neutra o negativa.

De igual manera para Eagly y Chaiken (1998) las actitudes son el grado positivo o negativo con que las personas tienden a juzgar cualquier aspecto de la realidad, convencionalmente denominado *objeto de actitud*. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p.458).

Por su parte Breckler y Wiggins (1989) considera que las actitudes son una forma eficiente de calibrar el mundo. Cuando tenemos que responder rápidamente a algo, la manera en cómo nos sentimos al respecto puede guiar nuestra reacción. (Citado por Myers, 2000, p.130).

Es posible concluir que las actitudes son predisposiciones implícitas

que ejercen una influencia general y continua en muchas respuestas evaluativas. Por tanto, son internas, pero inferimos su existencia en la evidencia conductual, cuando se presenta abiertamente en palabras u obras.

Las actitudes influyen de manera notoria en el comportamiento o las reacciones de las personas ante los hechos que se presentan en su vida.

De tal manera que las actitudes permiten asegurar el grado de acercamiento o alejamiento que un sujeto tendrá con respecto a un objeto, sujeto o experiencia.

Formar una actitud pareciera innato, sin embargo, es necesario desarrollar tres elementos: afectivo, cognitivo y conductual.

## **1.2 Elementos de la Actitud**

Aun cuando una actitud se observe como un solo componente psicosocial, ésta tiene elementos que guiaran en sí mismo la conducta del ser humano.

Según Zanna y Rempel (1998) las actitudes constan de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual.

- a) Componente Cognitivo: Incluye los pensamientos y creencias de la persona acerca del objeto de actitud.
- b) Componente Afectivo: Agrupa los sentimientos y emociones asociados al objeto de actitud.

- c) Componente Conductual: Recoge las intenciones o disposiciones a la acción así como los comportamientos dirigidos hacia el objeto de actitud. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p.458).

De igual manera, Valero García (2003) menciona que las actitudes pueden ser consideradas en función de tres elementos correlacionados entre sí:

- a) Cognoscitivos: El conocimiento es determinante para la adquisición de una actitud. Si el conocimiento que se tiene hacia una persona u objeto es profundo, entonces la actitud quedará acentuada.

Este elemento implica una posición respecto a algo o alguien, entre las que podemos incluir las creencias y los prejuicios que en cierto modo determinarán las actitudes.

- b) Sentimentales: El sentimiento nos vincula al objeto y provoca una actitud que puede ser positiva o negativa, de atracción o de repulsión, según el objeto de actitud es agradable o no.

- c) Dinámicos: La actitud se manifiesta en la acción. Al esquematizarlo se puede entender de la siguiente manera:  
Estímulo – Percepción – Afectividad – Comportamiento – Actitud.  
Cerveza – Refrescante – Tradición Familiar – Beberla – Me encanta.

Así mismo Myers (2000) menciona que cuando nos formamos juicios sobre las actitudes, cruzamos unas de las siguientes tres dimensiones, que

pueden ser recordadas como el ABC de las actitudes: Affect (afecto – sentimiento), Behavior (comportamiento – intención) y Cognition (cognición – pensamiento).

Por tanto, se entiende que el componente cognitivo es el constituido por la información y las creencias, mientras que el afectivo tiene como punto importante la valoración que se hace del objeto actitudinal, y el conductual es la tendencia a la acción basada en la actitud que se está expresando.

Aunque como ya se mencionó anteriormente, puede haber ilación entre estos tres componentes de la actitud, también es posible que existan contradicciones; por ejemplo, querer viajar en avión pero padecer de vértigo, lo cual impide que se lleve a cabo el deseo. La carencia de cualquiera de estos tres elementos sin duda alguna desvirtuará la actitud.

Esta situación es denominada disociación cognitiva, concepto que será retomado en los siguientes apartados.

### **1.3 Función de las Actitudes**

En cuanto a las funciones que tienen las actitudes, Fazio (1989) menciona que "Poseer una actitud hacia un objeto es más funcional que no poseer ninguna". (Citado por Mars, 2012).

De acuerdo con Mann (1981) las actitudes tienen una base funcional en el sentido de que, una opinión específica puede desarrollarse y mantenerse para satisfacer una necesidad social importante para la persona. Las actitudes constituyen el fundamento de los modos de conducta constantes

con respecto a objetos sociales, sucesos y problemas durante un periodo de tiempo.

Las actitudes sociales representan un eslabón fundamental para unir las capacidades de las personas para percibir, sentir y aprender. La actitud que una persona tiene sobre un objeto influencia otros procesos psicológicos, tales como la formación de juicios sociales simples, la percepción y la interpretación de estímulos ambiguos, el aprendizaje y apertura a nuevas informaciones.

Puesto que las actitudes confieren una estabilidad y consistencia considerables a la conducta, el saber que una persona sostiene una cierta actitud permite al observador anticipar y predecirla con un cierto grado de exactitud y confianza.

Los psicólogos se interesan particularmente por la función que tienen las actitudes en la personalidad, como fuentes de motivación que permiten la adaptación al medio. El individuo trata de hacer máxima la recompensa o gratificación y mínimo el sufrimiento o castigo, en consecuencia, está motivado para adoptar las actitudes que le proporcionen la aprobación y estima de los demás.

Por la función expresiva de valores, el individuo obtiene satisfacción mediante la expresión de actitudes apropiadas a sus valores personales y a su concepto de sí mismo. Estos valores personales y este autoconcepto son sistemas integrados de actitudes que se aprenden en la niñez, a partir de la identificación con figuras significativas. A través de las actitudes se expresan valores personales y actualiza el autoconcepto de los individuos.

De acuerdo con Mann (1981) las actitudes pueden tener también una función de defensa del yo, la cual proporciona protección impidiendo el conocimiento de cosas desagradables, tales como la muerte, enfermedades o simplemente un embarazo. Los mecanismos mediante los cuales el ser humano se protege de estas situaciones angustiantes asociados a motivos inaceptables y amenazas atemorizantes, son los mecanismos de defensa. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p. 143).

La reflexión acerca de estos objetos sociales lleva a una conciencia de verdades desagradables y a temores relativos a nuestra vulnerabilidad. Las personas que experimentan angustia con cierta información recibida, adoptan reacciones de defensa como disminuir o minimizar su importancia y/o ignorar sus implicaciones.

Morales Domínguez (2007, p. 460) destaca tres funciones que cumplen las actitudes:

- a) Función de organización del Conocimiento: De acuerdo con Allport (1935) y Sherif (1936) existe una sobrecarga informativa proveniente del exterior, la cual hay que estructurar, organizar y dar coherencia, lo que traerá como resultado, una mejor adaptación al ambiente con el que interactuamos.

Para Maslow (1962) las actitudes ayudan a satisfacer nuestra *necesidad básica de conocimiento y control*, puesto que nos permite predecir que se espera de cierta situación, a través de estructurar la información en términos de positivo o negativo.

El que nuestro conocimiento del mundo esté organizado en términos evaluativos, afecta a la forma en que procesamos cualquier información. Las actitudes guían la búsqueda y la exposición a información relevante, acercando a la persona a todos aquellos aspectos de la realidad congruentes con ellas y evitando aquellos elementos que les sean contrarios, es decir que, una vez formada una actitud, esta guía la búsqueda de información que refuerce o valide dicha actitud, ignorando la información que no coincida con ella.

Por tanto, la interpretación de la realidad se sesga para que encaje con nuestras actitudes, lo cual se puede observar en situaciones tales como las diferentes reacciones de los miembros de los partidos ante el mismo debate político.

Otra necesidad que la actitud ayuda a satisfacer es la de la *búsqueda del equilibrio y coherencia* por lo cual, incluso puede distorsionar nuestros recuerdos para ajustarlos a nuestra actitud actual. Sin duda, el conocimiento proporciona control sobre el ambiente, y mantener nuestras cogniciones de forma coherente y libre de tensión, aumenta la certeza en lo que sabemos y, por tanto, nuestra sensación de control.

Sobre esto Festinger (1957) y Heider (1958) mencionan que la consistencia interna de nuestra representación del mundo es un aspecto esencial para evitar contradicciones a la hora de comprender y controlar nuestra vida social. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p. 460).

- b) Función Instrumental o Utilitaria: Basada en las teorías del aprendizaje, esta función hace referencia a que la actitud ayuda a

la persona a alcanzar los objetivos deseados y evitando así los no deseados.

De acuerdo a Katz (1960) a través de las actitudes podemos conseguir lo que queremos y evitar aquello que no nos gusta, contribuyendo a crear sensaciones de libertad y competencia.

Por ejemplo, cuando un abogado tiene que defender a su cliente, él tendrá que adoptar actitudes positivas hacia éste para poder obtener un mejor resultado.

c) Función de Identidad y Expresión de Valores: Katz (1960) menciona que la expresión de la actitud personal y de su correspondiente comportamiento, sirve para informar a los demás e incluso a uno mismo, de quienes son, lo cual nos ayudará a conocer y darnos a conocer ante los demás, por lo cual, se puede decir que las actitudes también tienen un papel importante en la identidad de cada individuo.

Además la expresión de las actitudes permite a las personas mostrar sus principios y valores, así como para identificarse con grupos con quienes comparten actitudes similares.

La expresión de actitudes sirve para acercarse a otras personas con actitudes similares, contribuyendo a satisfacer las *necesidades básicas de aceptación y pertenencia grupal*.

De acuerdo con lo anterior podríamos deducir que las actitudes

determinan el comportamiento, ya que en un comienzo, los psicólogos sociales estaban seguros de que las actitudes podían ayudar a predecir las acciones de una persona, por ejemplo si la actitud de los jóvenes ante copiar en los exámenes era positiva, entonces se podía predecir que ellos harían trampa en sus pruebas, sin embargo en 1964, León Festinger concluyó que la evidencia no demostraba que cambiar las actitudes era igual a cambiar la conducta, sino que la relación actitud – comportamiento, funcionaba de manera opuesta. (Citado por Myers, 2000, p. 131). Posteriormente, Allan Wicker (1969) y Richard LaPiere (1934) encontraron diversos estudios que incluían personas, actitudes y formas de comportamiento, llegaban a la conclusión de que las actitudes expresadas por éstas difícilmente predicen la forma de comportarse. Por ejemplo, la actitud de los jóvenes hacia el copiar exámenes, tuvo poca relación con la probabilidad de que en realidad hicieran trampa o no.(Citado por Myers, 2000, p. 132).

Se puede entender por lo tanto que las actitudes podrán predecir nuestras influencias si es que:

- Minimizan otras influencias (como el llevar a cabo lo que creemos que los demás esperan de nosotros).
- La actitud se corresponde de manera muy estrecha con el comportamiento predicho (si la persona se toma unos momentos para revisar su comportamiento pasado, expresa actitudes que pueden predecir mejor su comportamiento futuro).
- La actitud es fuerte (porque algo nos la recuerda, o porque la hemos adquirido por experiencia directa. En situaciones comunes nuestra

conducta es casi automática).

Se puede observar que dependiendo de las circunstancias, la relación entre la actitud y el comportamiento puede oscilar en un rango que va desde ninguna a una relación muy fuerte.

Existe un amplio rango de evidencia que respaldan parte de la investigación que apoya la conclusión sobre la inexistente relación entre actitud y el comportamiento sino viceversa, es decir, la actitud será el resultado de un comportamiento. A continuación se revisarán algunas de las más sobresalientes:

- a) Representación de un rol: Un rol es la serie de acciones que se esperan de quienes ocupan una posición social particular. Al vivir un rol social, debemos desempeñar también sus acciones, incluso si nos sentimos extraños, ya que esta incomodidad no suele perdurar, y es así que sin darnos cuenta ya adoptamos una actitud.
- b) Lo que se dice, se transforma en lo que se cree, muy influenciada por la tendencia humana a adaptar lo que decimos para complacer a quienes nos escuchan, es decir, se llega al punto en que lo que se dice es lo que se cree.

Klaas (1978) menciona que cuando no existe explicación externa convincente para lo que se dice, esto se transforma en lo que se cree.

- c) Fenómeno "El pie en la puerta": Es la tendencia que tienen las personas a acceder a una gran petición después de haber

aceptado una pequeña solicitud con anterioridad. Por ejemplo, para hacer que las personas hagan donativos de sangre o dinero, con frecuencia es útil que primero adquieran un pequeño compromiso con la misma causa.

Por todo lo anterior es claro que tenemos tendencia no solo a actuar siguiendo una forma de pensar sino a elaborar una forma de pensar de acuerdo con nuestras acciones.

Myers (2000) menciona que existen tres teorías que buscan explicar porque nuestras acciones influyen sobre nuestras evaluaciones de la actitud:

1. Teoría de la Auto representación: Supone que las personas, especialmente las que auto monitorean su comportamiento con la esperanza de dar una buena impresión, modificarán sus evaluaciones sobre la actitud para dar la impresión de coherencia con sus actos. Las personas modifican sus planteamientos sobre la actitud como resultado de lo que los demás puedan pensar. Las otras dos teorías proponen que nuestros actos desencadenan cambios genuinos de actitud:
2. Teoría de la Auto observación: Se refiere a aquellas actitudes débiles, por lo que simplemente se limita a observar el comportamiento y sus circunstancias y a inferir las actitudes.
3. Teoría de la Disonancia Cognitiva de Festinger: Explica este cambio de actitud al suponer que se experimenta tensión después de actuar en contra de nuestra actitud o de tomar una decisión difícil. Para reducir este estímulo, justificamos internamente el comportamiento con un

cambio de actitud.

La disonancia cognitiva puede entenderse mejor con este ejemplo:  
(Pensamiento) “No me gusta el whisky Passport, su sabor es feo”  
(Acción) “Lo compro y lo tomo”.

Esto es aparentemente ilógico si se hace una lectura rápida de la situación. Sin embargo, existen variables mediadoras para que ello ocurra, como el dinero o el no encontrar otras marcas en el punto de venta; los cuales son justificaciones o racionalizaciones bastante típicas en las personas para explicar su conducta. Así, estas justificaciones se presentan para evitar un malestar en la persona, quien puede encontrar una incongruencia entre lo que piensa y lo que hace. Y es por ello que se dan toda esta serie de razones. (Amaya Laura, 2008).

En síntesis, si consideramos conjuntamente las funciones que cumplen las actitudes, podemos observar su importancia a la hora de satisfacer las necesidades psicológicas fundamentales de los humanos: tener conocimiento y control sobre el entorno, mantener cierto equilibrio y sentido interno, sentirnos bien con nosotros mismos y ser aceptados por los demás. Es por todo lo anterior que es de suma importancia poder tener escalas que midan la actitud.

#### **1.4 Medición de la Actitud**

Puesto que las actitudes influyen de manera notoria en el comportamiento o las reacciones de las personas ante los hechos que se presentan en su vida, queda clara la importancia de medirlas.

Son numerosos y diversos los procedimientos para medir la actitud, sin embargo, se pueden dividir en dos categorías: procedimientos directos y procedimientos indirectos.

Como su nombre lo dice, en los procedimientos directos se trata de conocer el objeto de la actitud a través de preguntas directas y explícitas, mientras que en el procedimiento indirecto tratan de conocer las evaluaciones de las personas tienen sobre el objeto de la actitud sin preguntar directamente sobre él.

-Morales Domínguez (2007, p.477-481) habla de los *procedimientos directos*, los cuales se pueden destacar en los siguientes instrumentos de medida:

- a) Diferencial semántico: Es un instrumento de medición creado por Charles Osgood en 1957, en donde los participantes valoran el objeto de actitud mediante pares de adjetivos opuestos entre sí, por ejemplo, agradable vs. desagradable. La actitud resultante se obtiene sumando puntuaciones de cada escala evaluativa. Su principal ventaja es que su aplicación es sencilla.
  
- b) Escala de Likert: Se le presentará a la persona una serie de afirmaciones o preguntas relacionadas con el objeto de actitud a evaluar, el individuo tendrá que expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con dichas afirmaciones, las cuales tienen una escala de ponderación, por ejemplo, ¿Cree que las plantas de energía nuclear son uno de los grandes peligros de las sociedades

industriales? totalmente de acuerdo (+2); de acuerdo (+1); neutro (0); en desacuerdo (-1); y totalmente en desacuerdo (-2).

Estos instrumentos pueden tener como limitaciones el que la persona no conozca realmente la actitud que tiene hacia cierto asunto, así como ocultar o enmascarar sus actitudes, aunque las conozcan con precisión solo se conoce la tendencia.

- Por otro lado, los *procedimientos indirectos* de medición de actitudes surgen como una opción diferente para atenuar algunas de las limitaciones de los procedimientos directos. Algunos que se pueden mencionar son:
  - a) Pruebas proyectivas: El TAT (Test de Apercepción Temática) es la prueba más significativa en este campo, en ella, las personas tendrán que interpretar una serie de estímulos ambiguos. El supuesto en el que se basa esta prueba; es que al no estar claro el significado del estímulo, las personas tendrán que utilizar sus propios esquemas y actitudes para darle sentido. La desventaja de esta prueba se refiere a sus limitaciones en cuanto a confiabilidad y validez.
  - b) Procedimientos psicofisiológicos: Son instrumentos que permiten registrar la tasa cardiaca, e incluso un registro de la actividad cerebral, lo cual puede arrojar medidas controladas. Sin embargo, no siempre se podrá determinar con precisión la naturaleza de la medida obtenida, es decir, ante un determinado objeto de actitud, una persona puede presentar respuestas como aumento de pupila

y sudoración, lo cual puede significar diversas alternativas como amenaza, gusto, evitación, curiosidad, entre otras posibilidades.

- c) Procedimientos conductuales: Destacando entre ellos la medida de comportamientos no verbales como contacto ocular, postura, gestos, por nombrar algunas, las cuales son grabadas y tienen como ventaja, poder observarlas repetida, detallada y analíticamente, sin embargo, las desventaja, al igual que en la anterior, es que tampoco queda claro que indican exactamente estas reacciones.
  
- d) Procedimientos de tiempos de reacción: son los instrumentos de mayor vigencia y relevancia en esta categoría. En ellos, se miden los tiempos de reacción que tiene una persona ante los objetos de actitud que se le presentan, es decir, cuánto tarda una persona en responder a determinadas palabras mientras intentan clasificarlas en diversas categorías. Los dos más utilizados son la Tarea de Evaluación Automática y el Test de Asociación Implícita (IAT).

Por otro lado, Jones y Sigall (1971) retoman el método de la línea falsa. Su funcionamiento consta de conectar electrodos en los brazos y pedirle a la persona que sostenga una rueda que tenían que hacer girar a la derecha en señal de aprobación y a la izquierda en desaprobación, sin embargo, antes de que ellos muevan la rueda, los electrodos ya detectaron los movimientos musculares automáticos, para que así, si desea cambiar de opinión tratando de manipular la prueba, este registro muscular reporta su primera reacción. (Citado por Myers, 2007, p.133).

## 1.5 Cambio de Actitud

Cuando no podemos cambiar el entorno para adecuarlo a las actitudes del otro, el único elemento sobre el que podemos trabajar son sus actitudes y el cambio de las mismas.

Según Petty y Cacioppo (1986) Para hablar de este tema es importante tener claro que se relaciona directamente con la persuasión, que hace referencia a cualquier cambio intencionalmente buscado, que ocurre en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una propuesta persuasiva. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p.495).

La persuasión no es inherentemente buena ni mala, es usualmente el contenido del mensaje el que lleva a los juicios de bueno o malo. Al bueno lo llamamos educación mientras que al malo se le denomina propaganda. (Lumsdem y Cols, 1980, Citado por Myers, 2000, p.246).

De acuerdo con Whittaker (1988) la experiencia directa que el individuo tiene con el objeto de la actitud es uno de los factores más poderosos en la creación de actitudes o en la influencia sobre ella, a partir de esto, generalizará con actitudes positivas o negativas dando lugar a un comportamiento futuro. Entre otros factores que modifican y crean actitudes está el efecto de la comunicación. Ésta puede provenir de los padres quienes dicen qué está bien y qué está mal, cómo comportarse y cómo sentirse ante situaciones relacionadas con la actitud. (Citado por Carbajal Guerra, 2005, p.9).

Otra forma de recibir información es a través de los medios masivos de

comunicación, hoy en día, hay una gran influencia en las personas por medio de modelos simbólicos que se proyectan a través de la televisión, cine, revistas, radio, internet, prensa, entre otros. No solo los medios sirven para enviar mensajes de propaganda, muchas veces el contenido es para modificar actitudes.

Myers (2000) habla de cómo las fuerzas persuasivas han sido usadas desde episodios como la segunda guerra mundial, donde a través de periódicos antisemitas lograban que los alemanes aceptaran la ideología nazi, aunque la mayoría de ellos no estaban convencidos de sentir un odio enconado por los judíos.

El poder de la persuasión también funciona en el mundo actual, Dey y Cols (1991) hicieron pública en 1991 una investigación que llevaban realizando desde 1978 sobre las consecuencias físicas y sociales del uso de la marihuana, lo cual logró cambiar la actitud de las personas hacia este psicotrópico rápidamente. En la medida en que se produjo un cambio de actitud, también se produjo un cambio en el comportamiento. (Citado por Myers, 2000, p. 246).

Así entonces se puede notar que la influencia social tiene un papel sumamente importante en el proceso de Cambio de Actitud, sin embargo, hay que tomar en cuenta que la influencia social no es un proceso uniforme y no sigue un principio único.

Kelman (1961) aborda este problema desde tres modos tradicionales, donde cada uno corresponde a un proceso de influencia social, con sus propias características:

- a) La influencia social sobre los juicios y opiniones que resulta de las presiones a la conformidad; el proceso llamado “Consentimiento” donde el individuo acepta la influencia porque espera tener una reacción favorable de otra persona o grupo, aunque esto implique no tener una aceptación real interna y tan pronto como desaparece la presión social del grupo sobre el individuo, éste vuelve a su opinión real.
  
- b) La influencia social que resulta de la interacción en grupos primarios pequeños (por ejemplo familia o amigos): el proceso llamado “Identificación” que ocurre cuando una persona adopta las actitudes de un grupo porque sus relaciones con ellos le producen satisfacción y forman parte de su auto imagen. Aunque dichas actitudes son las primeras, se mantienen únicamente mientras la relación con padres y pares es satisfactoria y gratificante.

Otro factor importante aquí es que el adherirse a normas de grupo ya que proporciona también seguridad y la satisfacción de saber que no se está solo, que no se es la única persona que sostiene tal actitud.

- c) La influencia social que se deriva de las comunicaciones persuasivas provenientes de fuentes prestigiosas: el proceso llamado “internalización” donde la información relativa a las actitudes está contenida en comunicaciones persuasivas proporcionadas por fuentes veraces y dignas de confianza. Se acepta la influencia porque los aportes persuasivos cuadran con el sistema de valor del individuo y producen satisfacción

intrínseca. (Citado por Mann, 1981, p.157).

Es importante tener en cuenta que en la mayoría de las situaciones sociales es difícil distinguir la persuasión de estos tres modos porque pueden funcionar conjuntamente.

El reconocer que la influencia social está vinculada a diferentes conjuntos motivacionales ayuda a explicar la naturaleza precaria y la corta vida de ciertos cambios de actitud y la relativa permanencia de otros. Las presiones hacia el consentimiento y la conformidad, rara vez pueden mantenerse por mucho tiempo. Es necesario tener claro que la vida del cambio de actitud no es permanente y bien dependerá de los valores y creencias con los que hemos crecido, pero también de las experiencias vividas día a día y de la sociedad actual.

Tan pronto como desaparece el control sobre el individuo éste vuelve a su opinión personal, que en realidad nunca desapareció; de igual manera si un grupo pierde su utilidad para el individuo o se desarrollan relaciones hostiles, la opinión orientada hacia y por la norma desaparece.

Lo mismo ocurre si los valores relacionados con la actitud se pierden. De acuerdo con el principio de coherencia cognoscitiva, la actitud se vuelve redundante y se descarta si a ella o algunos elementos en ella se vuelven incoherentes con los valores fundamentales relativos a la cuestión.

- Otro proceso para cambiar la actitud es el llamado "*doble cascada de la comunicación*", donde los medios de comunicación (radio televisión y prensa) ejercen una influencia poderosa al público de manera

indirecta, ya que a través de los líderes de opinión, de estatus elevado en la comunidad, transmiten la información vista en los medios de comunicación a su círculo de amigos y colegas.

- Pero quizás la forma más dramática de cambio de actitud sea la *conversión instantánea* que sigue a una experiencia poco común, desconcertante o dolorosa; para apoyar este tipo de cambio de actitud se hace uso de role playing emocional. Como Janis y Mann (1965) quienes pidieron a estudiantes fumadoras de universidad que adoptaran en una sesión de rol playing el papel de un enfermo de cáncer que sufre las consecuencias dolorosas de fumar, el experimentador que tiene el papel de “médico” da la mala noticia del cáncer, de la necesidad de una cirugía inmediata e información angustiadora adicional como el dolor y los riesgos de la operación. La experiencia fue tan inquietante y realista que casi la totalidad de las muchachas abandonaron o modificaron drásticamente su costumbre de fumar. (Citado por Mann, 1981, p.157).

Para Morales Domínguez (2007) en los últimos 50 años se han desarrollado diversas teorías sobre el cambio de actitud, sin embargo, dos son las más sobresalientes, que son el Modelos del aprendizaje del mensaje y el Modelo de la respuesta cognitiva.

El primer modelo; hace referencia a que el cambio de actitud dependía de la medida en que las personas fueran capaces de comprender, aceptar y retener la información contenida en una comunicación persuasiva.

Para este modelo, el aprendizaje es el proceso psicológico fundamental

para el cambio de actitud, sin embargo, después de décadas de investigación se demostró que no siempre el aprender un mensaje te lleva a la persuasión, y que, por otro lado, se puede llevar a un cambio de actitud sin necesidad de que la persona aprenda el mensaje.

Brock (1967) y Greenwald (1968) mencionan que, se ha demostrado que un cambio de actitud no depende tanto del aprendizaje pasivo del mensaje sino de la respuesta, es decir, del pensamiento que el receptor genera activamente ante una comunicación persuasiva, lo cual da paso al Modelo de la respuesta cognitiva. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p. 495).

De acuerdo con Petty, Ostrom, Brock (1981) el Modelo de la respuesta cognitiva se basa en que lo importante para conseguir un cambio de actitudes no es tanto la información persuasiva que reciben las personas, sino la interpretación y respuesta que éstas mismas le dan. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p. 495).

Así, cuando los pensamientos que se generaron en respuesta a un mensaje son positivos, las actitudes resultantes también lo serán, lo que por el contrario sucederá cuando dichos pensamientos sean desfavorables.

Petty y Cacioppo (1981) encuentran una crítica al Modelo de la respuesta cognitiva, el cual se basa en que al centrarse en el estudio de la persuasión en situaciones en que los receptores son procesadores motivados y activos de la información de una comunicación persuasiva, deja de lado aquellas otras situaciones en las que las personas no están motivadas para ser pensadores activos del contenido de los mensajes persuasivos. (Citado

por Morales Domínguez, 2007, p. 495).

Debido a lo anterior, se ha postulado el modelo teórico llamado Modelo de Probabilidad de Elaboración de la Persuasión (ELM), el cual, como señalan Chaiken y Trope (1999) postula que la persuasión puede ocurrir tanto cuando las personas piensan y elaboran activamente una comunicación persuasiva, como cuando no lo hacen. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p. 495).

Tabla 1.1 Proceso de Persuasión

RUTA	AUDIENCIA	PROCESAMIENTO	PERSUASIÓN
CENTRAL	Analítica y motivada	Gran esfuerzo: elabora, estar de acuerdo o discrepar	Argumentos contundentes que evocan una aceptación duradera
PERIFÉRICA	No muy analítica ni participativa	Bajo esfuerzo: utilización de estímulos periféricos (atractivo de quien dirige el mensaje o imágenes), heurística de reglas generales.	Estímulos que desencadenan agrado y aceptación, por lo general solo de manera temporal.

Fuente: Myers, F., 2000,p. 246

Reforzando la idea anterior se puede observar en la tabla 1.1, donde Myers (2000), divide en dos rutas el proceso de la persuasión o cambio de actitud:

## 1.6 Mensaje Persuasivo

Está claro que la persuasión es cualquier cambio intencionalmente buscado, que ocurre en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una propuesta persuasiva, sin embargo, es importante hacer una diferenciación más clara entre este término y lo que son la influencia y propaganda, puesto que se tiende a pensar que son similares, lo cual permite confusiones.

Es importante aclarar que aun cuando la persuasión se pueda tomar como sinónimo de influencia, hay diferencias entre ambos, entre las cuales podremos mencionar que la influencia tiene un mayor alcance, es decir, que es un concepto que abarca cualquier forma de producir cambios en las personas. En la persuasión se estudia estrictamente el cambio de actitudes dentro de un paradigma muy concreto, en el cual una fuente dirige un mensaje a una audiencia con la intención de formar, reforzar o cambiar sus actitudes, por el contrario de los objetivos de cambio de los fenómenos de influencia, que abarcan variaciones en la percepción, opinión, actitud y conductas de las personas. (Morales Guerrero, 2007, p. 498).

Seiter y Gass (2002) mencionan que el término de persuasión debe usarse para esos casos en los que el cambio de actitud que se intenta llevar a cabo sea intencional, mientras que se deberá usar el de influencia cuando dicho cambio sea tanto intencional como no intencional. (Citado por Macouzet, 2003, p. 53).

Por otro lado, Preloff (2003) hace referencia a que la propaganda se relaciona con la influencia producida a través de los medios de comunicación,

por el contrario de la persuasión, que aunque también puede ejercerse a través de dichos medios, ocurre en contextos interpersonales, grupales y organizacionales. Otra diferencia radica en que en la propaganda, tiene el control total de la información, mientras que en la persuasión, las personas pueden preguntar u ofrecer opiniones diferentes a las del persuasor. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p.498).

Ahora bien, es importante dejar claro cómo se compone el mensaje persuasivo.

Myers (2000) menciona que está compuesto por cuatro elementos esenciales que no son más que ¿quién dice qué, cómo y a quién lo dice?

- a) El comunicador (¿Quién lo dice?): los psicólogos han encontrado que existen una gran diferencia según de quien se trate al expresar algo, es decir, no solamente importa el mensaje sino quién lo dice, o sea, la fuente del mensaje.

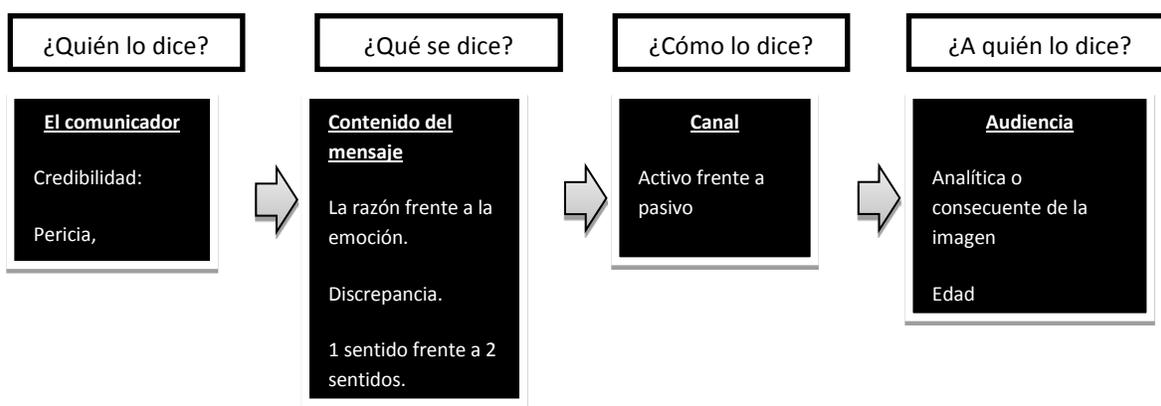
En este elemento existen varios factores que intervienen como lo son la credibilidad y la confiabilidad, así como el atractivo del comunicador, un comunicador atrayente (con frecuencia alguien semejante a la audiencia) tiene mayor efecto persuasivo.

- b) El mensaje (¿Qué se dice?): no solamente importa quién dice algo sino qué dice esa persona.

Hay varios elementos que intervienen en este punto uno de ellos es saber cuándo utiliza la razón y cuando la emoción, pues bien, como ya se

había mencionado anteriormente; Cacippo y Cols (1983, 1986) sostienen que esto depende de a qué tipo de audiencia va dirigido el mensaje. Las personas analíticas o educadas responden más a los llamados racionales que las audiencias desinteresadas que se verán más afectadas por el agrado hacia el comunicador. (Myers, 2000).

Esquema 1.1 Componentes del Mensaje Persuasivo



Fuente: Myers, F., 2000, p. 247

Otro elemento dentro del mensaje es la discrepancia la cual está ligada a la credibilidad que el comunicador tiene, es decir, únicamente el comunicador de alta credibilidad logra mantener esto cuando defiende una posición extrema.

Por otro lado se encuentra el efecto de primacía el cual nos refiere a que la información que se presenta al comienzo es más persuasiva por lo tanto tendrá mayor influencia.

- c) El canal de comunicación (¿Cómo se dice?): es el medio a través del cual se envía un mensaje puede ser cara a cara, filmado, escrito o de cualquier otra manera.

Para que conduzca a la acción, un mensaje persuasivo debe vencer varios obstáculos como los son el comprenderlo, creerlo, recordarlo y comportarse según él. Lo crucial no es tanto recordar el mensaje sino recordar los propios pensamientos en respuesta a él.

En este elemento se ha demostrado con diversos estudios de la persuasión que la mayor parte de la influencia ejercida sobre nosotros no proviene de los medios de difusión sino de nuestro contacto con las personas.

d) La audiencia (hacia quien se dirige): Existen diversos elementos que influyen en este punto, uno de ellos es la autoestima según Rhodes y Wood (1992) quienes mencionan que alguien con baja autoestima tendrá mayor dificultad para comprender un mensaje, y alguien con alta autoestima, aunque haya comprendido el contenido de dicho mensaje, puede continuar confiando en sus propias opiniones y creencias, por lo cual, las personas que tienen una autoestima moderada, es decir ni baja ni alta sino intermedia, son más fáciles de influenciar, ya que comprenderán el mensaje además de que hay mayor probabilidad de que abandonen sus propias opiniones y adopten las del nuevo mensaje. (Citado por Myers, 2000).

Myers (2000) menciona que los mensajes fáciles de entender tienen una mayor persuasión si son presentados en grabaciones de video, que es un medio fácil de “digerir”, mientras que los mensajes con mayor complejidad serán persuasivos cuando estén escritos, ya que así será más fácil tener acceso al mensaje en repetidas ocasiones hasta que éste quede claro. En

todo esto influye un factor importante que es la audiencia, la cual en algunos casos será más reflexiva que en otros de lo que dependerá qué tipo de mensaje y medio ocupar.

Por otro lado, antes de hacer referencia a las aproximaciones que se han hecho al mensaje persuasivo y cambio de actitud es importante aclarar que aunque una de las formas más importantes y difundidas de cambiar las actitudes, es a través de la comunicación, no todos los mensajes persuasivos logran convencer a las personas, los factores psicosociales influyen en la menor o mayor eficacia de un mensaje persuasivo:

- La *Teoría* de la Inoculación propuesta por McGuire en 1964, puede ayudar a entender el por qué los receptores disponemos de numerosos mecanismos para eludir la influencia de los mensajes persuasivos. Como criterio general, cuanto mayor es el conocimiento que el receptor tiene del tema y más articulado está el conocimiento (cuanta más fuerza tiene la actitud), más difícil es persuadirle.

Dicha teoría habla de manera inicial sobre la pre exposición que una persona tiene a una forma debilitada de material que amenace sus actitudes, hará a esa persona más resistente ante tales amenazas, siempre y cuando el material inoculado no sea tan fuerte como para superar sus defensas (Mars, 2012).

Ahora bien, las aproximaciones al mensaje persuasivo de mayor vigencia son:

- a) Hovland, Janis y Kelley (1953) Son un grupo de psicólogos de la

Universidad de Yale quienes se han dedicado a la investigación experimental sobre las características de la fuente del mensaje, del mensaje transmitido y de la audiencia, así como a proceso de cambio de actitud. Estas variables son paralelas a la fórmula de elementos de persuasión: “quién dice, a quién lo dice, lo que dice y con qué efecto”. (Citado por Mars, 2012).

Se encontró que para que un mensaje persuasivo sea eficaz y cambie la actitud, debe modificar primero los pensamientos o creencias del receptor del mensaje, a través de un conjunto de etapas que cuentan con cuatro elementos clave en el proceso de persuasión:

1. La fuente
2. El contenido del mensaje
3. El canal comunicativo
4. El contexto

Los efectos de los cuatro elementos se ven modulados por características de los receptores: grado de susceptibilidad ante la persuasión, creencias previas, autoestima, entre otras.

- b) La Teoría de la Respuesta Cognitiva: Siempre que un receptor recibe un mensaje persuasivo, compara lo que la fuente dice con sus conocimientos, sentimientos y actitudes previas respecto al tema en cuestión, generando, de esta manera, una respuesta cognitiva. Si los pensamientos van en la dirección indicada por el mensaje, la persuasión tendrá lugar; en cambio, si van en dirección opuesta, no habrá persuasión, o incluso puede darse un

“efecto boomerang”. Los receptores no son ya persuadidos por la fuente o el mensaje, sino por sus propias respuestas ante lo que la fuente y el mensaje dicen. (Sotillo, 2004)

- c) Modelo Heurístico: Según Mars (2012) en muchas ocasiones somos persuadidos porque se siguen determinadas reglas heurísticas de decisión que son aprendidas por experiencia u observación. La persuasión no es resultado del análisis realizado sobre la validez del mensaje, sino fruto de alguna señal o característica superficial de éste, de la fuente que lo emite o de las reacciones de otras personas que reciben el mismo mensaje.

Algunos de los heurísticos utilizados con mayor frecuencia se basan en la experiencia de la fuente, en la semejanza, en el consenso, o en el número y longitud de los argumentos. De esta manera, es probable que las reglas heurísticas sean utilizadas cuando hay baja motivación, hay baja capacidad para comprender el mensaje, se da una alta prominencia de la regla heurística y los elementos externos al propio mensaje son muy llamativos.

- d) Modelo de Probabilidad de Elaboración de la Persuasión (ELM):
- e) hace referencia a que las personas piensen y elaboren de manera detallada o superficial una comunicación persuasiva, depende de la motivación para procesar el mensaje, es decir, sentir el deseo de hacer un esfuerzo mental para analizar a detalle la información contenida en un mensaje, y por otra parte, de la capacidad para dicho procesamiento.

Existen variables que pueden afectar a la motivación para pensar sobre

un mensaje persuasivo, entre las cuales se encuentran:

Tabla 1.2 Variables que Afectan a la Motivación sobre un Mensaje Persuasivo

<p>La más importante es la relevancia personal del asunto para el receptor. Se le ha denominado de distintas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implicación con el asunto.</li> <li>• Implicación personal.</li> <li>• Intereses personales.</li> <li>• Importancia de la actitud.</li> </ul>	<p>Es común a todas ellas la vinculación entre el mensaje y cualquier aspecto importante para el receptor, como por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valores personales.</li> <li>• Motivos.</li> <li>• Expectativas.</li> <li>• Autoconcepto e Identidad.</li> </ul>
---	--

Fuente: Petty y Wegener ,1998, Citado por Morales Domínguez, 2007, p.505.

Cacioppo y Petty (1989) mencionan que la capacidad para procesar la información recibida se refiere a la disponibilidad que tenga el receptor para tener los recursos necesarios y la oportunidad de enjuiciar una propuesta persuasiva, por ejemplo, si el mensaje es muy largo, no solo se necesita que exista la motivación, sino que el receptor tenga la oportunidad de obtener la repetición del mensaje en varias ocasiones, lo cual, aumentará la capacidad del receptor de pensar sobre dicha información y, por tanto, la posibilidad de formarse una opinión en función de los méritos que los argumentos de un mensaje posean. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p. 498).

Por supuesto, existen también otras variables que afectan a la capacidad para procesar un mensaje, entre los cuales están, el ruido, la

rapidez con que se diga el mensaje, e incluso el conocimiento previo que se tenga sobre el contenido del mensaje.

El ELM menciona también la existencia de distintos procesos psicológicos implicados en el fenómeno de la persuasión:

Además menciona sobre la necesidad de tomar en cuenta las variables relevantes en toda situación de persuasión, que son las siguientes:

- a) Emisor, comunicador o fuente
- b) Mensaje (que presenta una serie de argumentos a favor o en contra de un objeto, asunto o persona en particular).
- c) Receptor o audiencia (en un...)
- d) Contexto determinado (a través de un...)
- e) Canal determinado (medios de comunicación, oral, escrito, con la...)
- f) Intención (de que receptor o audiencia asuman las propuestas defendidas en el mensaje).

Tabla 1.3 Procesos Psicológicos en el Fenómeno de la Persuasión

Probabilidad alta: Motivación + Capacidad	Probabilidad moderada: Falta Motivación o Capacidad	Probabilidad Baja
(a) Genera un cierto tipo de pensamiento o afecta la dirección de éste.	(d) Afecta a la propia cantidad de pensamiento, al desplazar al receptor a una	(e) Actúa como clave heurística, sin que apenas haya pensamientos en respuesta a la propuesta persuasiva. En estas

(b) Funciona como un argumento en sí misma.	situación de alta o, por el contrario, baja probabilidad de elaboración.	condiciones de baja elaboración, la investigación ha identificado otros procesos de bajo esfuerzo cognitivo que también pueden llevar al cambio de actitudes:
(c) Afecta a lo que las personas piensan sobre sus propios pensamientos..		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condicionamiento clásico.</li> <li>• Mera exposición.</li> <li>• Atribuciones erróneas.</li> </ul>

Fuente: Morales Domínguez, 2007, p.507

Entonces, el cambio de actitud será función de la acción de todas o de algunas de las categorías anteriores. Es importante mencionar que existen variables que fundamentales en el cambio de actitud, las cuales serán mencionadas u explicadas a continuación:

a) Variables de Emisor: Son aquellos aspectos de individuos o grupos presentes en la situación persuasiva. Las características de esos son tres:

1. Credibilidad, que son los rasgos que hacen que se perciba al emisor como experto y honrado.
2. Atractivo, que se refiere a que el emisor durante su comunicación, parezca como simpático, familiar y/o físicamente atractivo para su audiencia.

3. Poder, que no es más que la medida en que es percibido por los receptores de su mensaje como con capacidad para controlar refuerzos y castigos.

b) Variables del mensaje: Un mensaje persuasivo consta de un asunto u objeto de actitud (por ejemplo, una persona o grupo, una ideología, cualquier producto material, y así sucesivamente), una posición respecto al asunto (a su favor o en su contra), argumentos que apoyan la posición adoptada y numerosas y diversas formas de organización de las razones. El potencial de impacto del mensaje dependerá del manejo que la fuente comunicativa haga de todos estos elementos.

Con relación al estudio del efecto persuasivo de los mensajes, destacan tres elementos, el primero es la utilización de mensajes racionales vs emocionales, donde los mensajes racionales según Stiff (1994) realizan “afirmaciones sobre hechos, originada por una fuente o fuentes distintas del emisor, en objetos no creados por el emisor y en opiniones distintas al emisor”, en cambio, los mensajes emocionales utilizan los argumentos para crear distintos sentimientos y emociones en los receptores, produciendo respuestas instantáneas, ya sea de agrado vs .desagrado, aceptación vs. rechazo, y acercamiento vs evitación.

En cuanto a los mensajes emocionales, menciona que se ha intentado descubrir los factores que contribuyen al éxito o al fracaso en el cambio de actitudes de los mensajes que inducen al miedo:

a) Mientras mayor sea el miedo inducido por un mensaje, mayor

- b) será la posibilidad de cambio en los receptores, siempre y cuando éstos tengan una autoestima y/o autosuficiencia alta.
  - c) Para las personas con autoestima y/o autosuficiencia baja, lo mejor será niveles moderados de miedo.
  - d) Cho y Witte (2004) hablan de que las apelaciones altas en miedo resultan más eficaces si incluyen recomendaciones útiles y viables, cuyo cumplimiento por parte del receptor evita la amenaza contenida en el mensaje.
- Otro elemento que destaca en el estudio del efecto persuasivo del mensaje es el del *contenido de los mensajes*, que debe entenderse como la clase de información verbal, visual, o ambas, que, en forma de argumentos, el mensaje conlleva.

Briñol (2001) mencionan que existen muchas variables de contenido que se han estudiado para comprobar la eficacia de los mensajes persuasivos, las más importantes son las siguientes:

- a) Caccioppo; Petty y Sidera (1982) hablan de la probabilidad de ocurrencia y deseabilidad de las consecuencias contenidas en el mensaje: los argumentos que parecen tener más impacto sobre el cambio de actitud, son aquellos que, o bien informan de la alta probabilidad de ocurrencia de alguna consecuencia positiva y deseable para la audiencia, siempre que ésta siga las recomendaciones del mensaje, o por el contrario, anuncian la muy

probable evitación de alguna consecuencia negativa muy indeseable para la audiencia, siempre que se sigue a las prescripciones del mensaje.

- b) Novedad de los argumentos: cuando más nuevos u originales sean los argumentos, mayor será su potencial persuasivo sobre la audiencia.
- c) Cantidad de argumentos: la cantidad de argumentos puede servir como una clave heurística para determinar los méritos de una propuesta cuando el receptor no tiene la motivación y la capacidad necesaria para procesar detalladamente la información contenida en los propios argumentos. Ahora bien, cuando la motivación y la capacidad son altas, el receptor no se limita a contar los elementos de un mensaje como una clave heurística, sino que procesa y analiza la información en función de la fuerza o calidad de dichos argumentos.

Morales Domínguez (2007) dice que el último elemento a destacar en el efecto persuasivo del mensaje es el de los aspectos formales de éste, que se refiere a si el elemento debe dar conclusiones explícitas, es decir, debe dejar claras sus propuestas, o debe dar conclusiones implícitas, donde deja que sea la audiencia quien las extraiga por sí mismas. La clave para responder a este planteamiento está en el nivel de motivación y capacidad que la audiencia tenga para pensar en las conclusiones.

1. Variables del Receptor: Se debe tomar en cuenta como es el receptor del

mensaje, aunque las personas difieren en multitud de aspectos que influyen en la aceptación y resistencia al cambio de actitudes, sin embargo, se abordarán las que derivan de las siguientes motivaciones básicas:

- a) Necesidad de conocimiento: Brehm (1966) Se refiere al deseo de poseer un conocimiento sobre el mundo para comprenderlo, predecirlo y controlarlo. Así mismo, el conocimiento permite a los individuos adaptar su conducta de tal forma que maximicen el logro de placer y minimicen el dolor. Por último, el conocimiento provee a las personas de un sentimiento de libertad y competencia.
- b) Necesidad de consistencia: Es la que lleva a las personas a evitar una disonancia dentro y entre los componentes afectivo, cognitivo y conductual del sistema psicológico.
- c) Necesidad de valía personal: Se precisa para lograr estabilidad y salud mental. Vinculadas con esta motivación se han señalado algunas variables que tiene relevancia para el estudio de la persuasión como lo son la autoestima, el optimismo y la auto duda.
- d) Necesidad de aprobación social: Para Maslow (1943) la afiliación con los otros puede proveer un sentido de estima personal y la inclusión en un grupo puede proveer un estatus o poder social deseado. Vinculadas con esta motivación se han señalado algunas variables relevantes en el estudio de la

persuasión, como lo son necesidad de unicidad, individualismo-colectivismo y diferencias individuales.

2. Variables del Canal: el conjunto de vías perceptivas mediante las cuales las personas transmiten sus mensajes. Así se habla del canal auditivo, visual, audiovisual (TV) y táctil, donde la persuasión se puede producir a través de cualquiera de ellos, sin embargo, el papel que juegan dichos canales en el cambio de actitud son diferentes, por ejemplo, las interacciones persuasivas cara a cara son más eficaces para cambiar actitudes que los que se hacen a través de los medios de comunicación.

Así mismo, dentro de los medios de comunicación, los medios impresos facilitan la comprensión del mensaje, debido a las mayores posibilidades que dicho canal ofrece para que el receptor sea quien controle el tiempo y las modalidades del procesamiento del mensaje.

Por lo que se refiere a la eficacia persuasiva de los diferentes medios, según Morales Domínguez (2007), en general puede afirmarse que ningún medio de comunicación es más persuasivo que otro.

3. Variables del Contexto: Se puede definir como la totalidad de elementos materiales y humanos que rodean y hacen posible a la interacción persuasiva. A continuación se enlistan algunas de las variables que han mostrado tener más incidencia sobre el cambio de actitudes:

- a) Distracción: Según Petty y Cacioppo (1977) La distracción generalmente interfiere con el pensamiento, lo cual, puede aumentar o disminuir la persuasión dependiendo de la calidad de los argumentos del mensaje, cuando los argumentos son fuertes,

la distracción reduce su impacto persuasivo y limita la capacidad de la audiencia para darse cuenta de los méritos de la propuesta. Por el contrario, cuando los argumentos son débiles, la distracción aumenta su impacto persuasivo y evita que la audiencia piense sobre sus debilidades.

- b) Advertencias previas de la postura definida: Avisar de antemano a la audiencia de la postura suele aumentar la resistencia a la persuasión.
- c) Advertencias previas del intento persuasivo: A veces las personas saben que las van a intentar convencer, pero no saben de antemano en qué dirección, sin embargo, esto ya puede crear una mayor resistencia a la persuasión e incluso sesga el procesamiento de la información motivando a generar contraargumentos.
- d) Estado de ánimo: Independientemente de la calidad de los argumentos, se suele observar mayor persuasión cuando las personas se sienten felices comparado con cuando las personas se sienten tristes. En general, las personas con estados de ánimo positivos dedican menos tiempo a pensar sobre los mensajes que las personas con estado de ánimo negativo y por tanto, discriminan menos entre argumentos fuertes o débiles, a no ser que esa información pueda cambiar el estado de ánimo positivo de la persona.

Para concluir con lo anterior, se puede entender que el modo en que se

expresa, organiza y presenta una comunicación persuasiva es un determinante importante para la percepción:

- Si hay dos puntos a comunicar como fuera el caso de un debate, la comunicación más eficaz es la primera, ya que esto logrará cierta inmunidad al receptor sobre la propaganda contraria.
- Si los problemas planteados son tan complejos para que el auditorio saque por sí mismo las conclusiones deseadas, la comunicación será más eficaz si se saca en su lugar la conclusión.
- Las referencias emocionales que despiertan miedo o agresión, son más funcionales con gente ignorante, de poca inteligencia, que con gente bien formada, pero pueden tener un efecto contrario y llevar a reacciones de defensa que impidan la aceptación del mensaje.
- Algunas personas son más fáciles de convencer que otras, en general, las mujeres, los individuos socialmente aislados y la gente con autoestima baja son muy propensos a poder modificar su actitud con mayor facilidad.
- Escuchar pasivamente a alguien o leer el mensaje, son menos eficaces que la participación activa en la búsqueda de argumentos a favor de la actitud deseada.
- Las personas que experimentan éxito o reciben aprobación social por sus esfuerzos de participación o por lo que defiende en la comunicación, tiene más probabilidades de adoptar la nueva actitud

que quienes no reciben gratificación.

Por último, es importante tener en cuenta la relación que hay entre la persuasión y la ética. El autor plantea que existen tres posiciones fundamentales, la primera se refiere a la persuasión como algo malo, desde Platón que consideraba la retórica como una forma de halagar a las personas, apelando a sus peores instintos, como Kant quien habla de que la persuasión es inmoral debido a que usa a las personas, como un medio a través del cual el persuasor conseguirá sus fines, y no como un fin valioso en sí mismo. Actualmente esta posición se mantiene vigente, según la idea de que la persuasión es inmoral debido a que un comunicador intenta inducir a alguien a hacer algo en su propio beneficio, pero no necesariamente en beneficio del receptor del mensaje.

La segunda posición es totalmente opuesta a la anterior, ya que afirma que la persuasión es buena, puesto que las personas son libres de aceptar o rechazar los mensajes que se le manden, así como para saber cuáles son verdaderos o falsos.

Es decir, estas dos posiciones, difieren principalmente en el papel pasivo o activo, respectivamente, que se cree que tiene el receptor del mensaje.

La última perspectiva es totalmente ecléctica, es decir, que no cree a la persuasión como algo bueno o mal, sino simplemente como algo éticamente neutra, ya que puede ser usada tanto para fines dignos como indignos, para diferentes fines.

Finalmente es importante mencionar que las personas probablemente van a diferir en su visión de la persuasión como algo bueno o malo. Incluso una misma persona posiblemente perciba la persuasión como algo más o menos positivo o negativo según el momento y el contexto en el que se encuentre, lo cual incidirá en el mismo proceso persuasivo.

Existen investigaciones donde se demuestra que para el cambio de actitud es importante conocer las opiniones de las personas respecto al fenómeno de la persuasión. Briñol, Tormala y Petty (2004) encontraron que no solo la opinión de la persuasión, sino también las creencias que las personas tengan sobre su resistencia al cambio influyen sobre sus respuestas ante mensajes persuasivos. Los resultados de dicha investigación demostraron que, al menos en algunas circunstancias, las personas que se consideran resistentes al cambio cambian menos de actitud ante mensajes persuasivos que las personas que creen ser más abiertas al cambio. (Citado por Morales Domínguez, 2007, p.498).

**CAPÍTULO 2**  
**SEXUALIDAD EN ADOLESCENCIA**

Todo ser humano tendrá que pasar por la etapa crítica de la vida llamada adolescencia, la cual se caracteriza por transiciones en el ámbito emocional, sexual, intelectual y social.

El mundo exterior y la sociedad que los rodea, cambiantes a cada momento igualmente, influirán de manera significativa en el proceso de transformación de la personalidad de los adolescentes; donde por un lado, la fuerza ascendente de la personalidad se acentúa y por el otro la falta de experiencia sobre la realidad también lo hace.

Como consecuencia de este aspecto negativo, el período de la adolescencia se desarrolla en un marco de inseguridades, pérdidas, duelos, angustias y temores que condicionan el comportamiento individual y social de los jóvenes.

Todo lo anterior será expuesto de manera detallada en este capítulo, donde como principio se debe dejar claro a que se refiere exactamente el concepto de adolescencia.

## **2.1 ¿Qué es la Adolescencia?**

Para Aberasturi (1988) la adolescencia es el proceso y desarrollo de cualquier ser humano, caracterizado por un estado de desequilibrio e inestabilidad, donde va a establecer su identidad.

El adolescente, al entrar en el mundo de los adultos, debe desprenderse de su mundo infantil dentro del cual vive cómodamente y donde ya tiene un rol claramente establecido.

Otra definición es la que construye Sánchez Azcona (1977) diciendo que la adolescencia viene a ser una etapa vital en la que se lucha por la identidad, la orientación y la autoestima, en la que se buscan marcos de referencia axiológicos que permitan un desarrollo maduro para la edad adulta, aunque el logro de esta búsqueda de valores se dificulta por la inestabilidad y el desconcierto.

Según Toro Victoria (2012) la adolescencia es un periodo de la vida que transcurre entre la infancia y la edad adulta. Lo que caracteriza fundamentalmente a este periodo son los profundos cambios físicos, psicológicos, sexuales y sociales que tienen lugar en esos años.

De acuerdo con Brooks (1959) la adolescencia proviene del verbo latín *adolescere*= crecer, y es el periodo de vida humana que se extiende aproximadamente desde los 12 años a los 20, es decir, hasta entrar a la vida adulta. En esta etapa se producen diversos cambios físicos, mentales y morales, los cuales se dan simultáneamente, sus correlaciones y coordinaciones son importantes para la comprensión adecuada de este periodo.

La OMS (Organización Mundial de la Salud) postula que la edad de la adolescencia está entre los 11 y los 19 años, período que se divide entre adolescencia temprana (12 a 14 años) y adolescencia tardía (15 a 19 años).

De acuerdo con Hanssen (2012) En cada una de las etapas se presentan cambios tanto en el aspecto fisiológico (estimulación y funcionamiento de los órganos por hormonas, femeninas y masculinas), cambios estructurales anatómicos y modificación en el perfil psicológico y de la personalidad, sin embargo, la condición de la adolescencia no es uniforme y varía de acuerdo a las características individuales y de grupo. Por lo tanto, podemos entender que la adolescencia es una etapa en la vida de un ser humano entre la niñez y la adultez. Esta etapa es en la que se manifiestan en las personas, ocurrencia de cambios físicos y psicológicos que en cualquier otra.

Resulta difícil marcar cronológicamente sus límites, aunque es posible señalar que se inicia con las transformaciones fisiológicas propias del crecimiento, alrededor de los 8/10 años y finaliza entre los 19 o 20 años, esto irá de acuerdo a variaciones individuales y culturales.

### **2.1.1 Adolescencia y Pubertad**

La adolescencia y pubertad son términos que se utilizan de manera indistinta, a pesar de que su significado no es el mismo.

Blos (1969) define la pubertad como el conjunto de manifestaciones físicas de la maduración sexual, y a la adolescencia como el conjunto de procesos psicológicos de adaptación a las condiciones de la pubertad.

Euroresidentes (2011) hacen referencia a que el término pubertad describe la etapa de la adolescencia en la que el cuerpo se transforma en cuerpo de adulto.

Los cambios hormonales son la causa de los grandes cambios físicos que se notaran durante este periodo. Siguiendo en la misma línea, Toro Victoria (2012) menciona que la pubertad es el periodo en el que ocurren los cambios físicos en el organismo que lo hacen capaz de reproducirse sexualmente. Coincide con la primera etapa de la adolescencia.

Así mismo, los Institutos Nacionales de la Salud (NIH) (2010) se refieren a la pubertad como el tiempo en el cual las características físicas y sexuales de un niño maduran y se presenta debido a cambios hormonales, mientras que a la adolescencia la definen como el período entre la pubertad y la edad adulta.

Conjuntando las definiciones anteriores se entiende que la pubertad es el proceso de maduración biológica y la adolescencia el proceso de maduración integral del individuo.

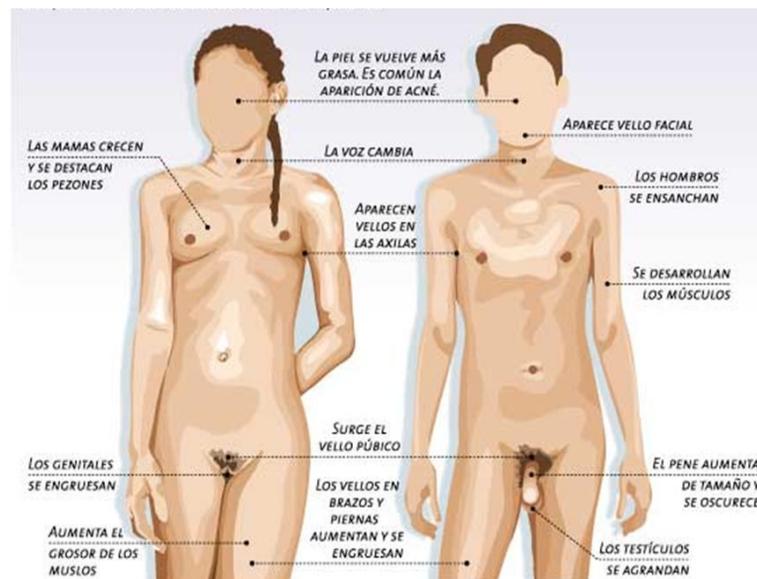
### **2.1.2 Cambios Físicos**

La pubertad es considerada a veces como señal del inicio de la adolescencia. Por otra parte, el crecimiento y cambio físico, así como la aparición de muchos de ellos son repentinos, y con frecuencia resultan perturbadores para el adolescente. En consecuencia, la pubertad constituye un factor causal frecuentemente invocado directa o indirectamente, para explicar la evolución psicológica de la adolescencia.

Toro Victoria (2012) menciona que los principales cambios físicos de la adolescencia son, por una parte, cambios en el aparato reproductor, en las mamas de las niñas y en los genitales de los niños; la aparición de vello

corporal y un periodo de crecimiento rápido. Del mismo modo, Morales Villa (2010) reitera que los cambios físicos y biológicos en los adolescentes son: aumento en el nivel hormonal, crecimiento acelerado, desarrollo de órganos reproductores y aparición de rasgos sexuales secundarios como lo son el vello corporal, incremento de grasa y músculo.

Figura 2.1 Cambios Físicos y Bilógicos en la Adolescencia



Fuente: Poveda, A. *Nutrición para Adolescentes*

Como ya se mencionó, existen cambios físicos que corresponden tanto al sexo masculino como al femenino, sin embargo, como la imagen anterior lo muestra, hay cambios específicos de cada sexo.

De acuerdo con Pro familia Colombia (2011) en la mujer los cambios primarios, los cuales se relacionan con los genitales son:

- Desarrollo de ovarios, trompas de Falopio y útero.
- Formación de folículos que desprenden los óvulos y permiten la

menstruación. (oscila entre los 9 y 16 años).

- Aparición de la primera menstruación
- Zona vaginal se vuelve más rosada y con mayor humedad.
- El tamaño del clítoris aumenta.

Los andrógenos interactúan con los estrógenos para lograr lo anterior.

Los cambios secundarios, que son los relacionados con el resto del cuerpo son:

- Crecimiento del pecho y glándulas mamarias.
- Tanto pezón como la areola crecen y se pigmentan. Esta última se levanta.
- Mayor producción de grasa (puede aparecer el acné).
- Forma del vello en la nuca y la frente.
- Se marca la cintura y las caderas se ensanchan.
- Los hombros, cadera, nalgas y vientre se redondean.
- Desaparece vello fino en brazos y espalda y ahora aparece en las axilas.

El vello axilar crece uno o dos años después de la aparición del vello púbico.

- Debido al cambio hormonal la piel se hace más suave, puesto que se hidrata.
- Cambio de voz en menor intensidad que el hombre.
- Crecimiento rápido, sobre todo de estatura, con duración de entre tres y cuatro años.

El estirón a su máxima expresión se da a la edad de 12/13 años.

En los hombres los cambios primarios son:

- Los testículos crecen y producen testosterona y espermatozoides.

El escroto también crece. Éstos suelen ser los primeros cambios.

Posteriormente:

- El pene se obscurece, ensancha y alarga.
- El vello púbico aparece y se extiende por vientre y piernas.
- La próstata y las vesículas seminales alcanzan un tamaño definitivo.
- Aparecen las primeras erecciones y eyaculación.
- Aparición de “poluciones” que son eyaculaciones nocturnas espontáneas.

Como cambios secundarios en los varones se puede identificar:

- Crecimiento del vello alrededor de labios, sobre la barbilla y en patillas.
- Brotes de acné que desaparecerán con la edad, esto debido a la mayor producción de grasa por los cambios hormonales.
- Crece en el cuello una protuberancia llamada “manzana de Adán”.
- La voz se hace gruesa y por ende cambia.
- Se estrechan las caderas, pero los hombros se ensanchan puesto que aparecen músculos.
- Hay en general un crecimiento corporal rápido. Los huesos de

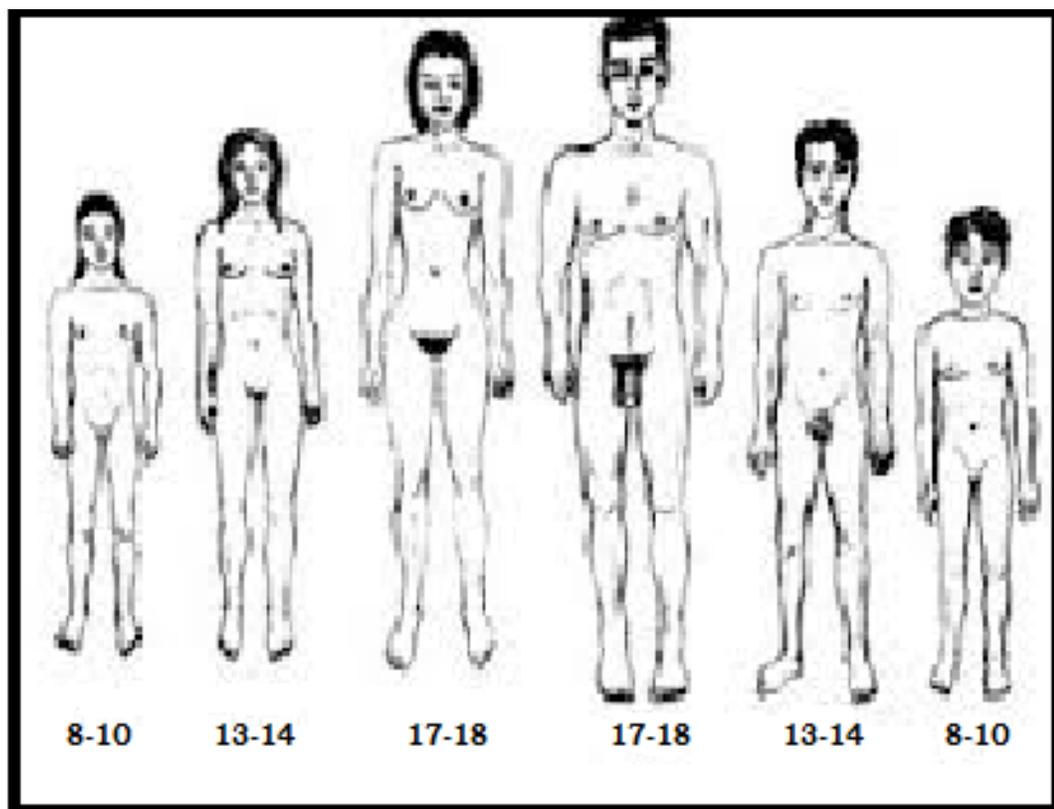
brazos y piernas se alargan y endurecen.

La edad de mayor crecimiento es entre los 14 y 15 años.

- Crece vello en las axilas y la areola que rodea los pezones crece y se oscurece. (Psicoya, 2010).

En la siguiente imagen se puede observar la evolución que van teniendo los cuerpos masculinos y femeninos desde los 8/10 años y hasta los 18/20, sin embargo, hay que recordar que esto es solo un aproximado, puesto que dichos cambios dependerán de cada persona.

Figura 2.2 Evolución de los Cuerpos de 8/10 Años a 18/20 Años



Fuente: Google Imágenes. *Cambios Físicos en la Adolescencia*

### 2.1.3 Cambios Sexuales

Como ya se mencionó anteriormente, la pubertad se inicia en las niñas con la menstruación y, por lo tanto, con el comienzo de la posibilidad de reproducción sexual, lo cual marca un cambio importante puesto que ahora tienen que ser responsables en la manera cómo viven su sexualidad, ya que de no ser así, podrían verse enfrentadas a embarazos tempranos o enfermedades de transmisión sexual (ETS).

El adolescente suele experimentar una extrañeza respecto a su nuevo cuerpo y sus nuevas sensaciones, en ocasiones tiene sentimientos de culpabilidad debido a que le es difícil controlar sus impulsos sexuales dentro de las normas sociales, la curiosidad por lo sexual puede llegar a convertirse en una obsesión y también el llevarla a la práctica precoz.

También el comportamiento puede cambiar con todos estos cambios, ya que el adolescente suele sentir cierta “pena” de que los demás empiecen a percibir cambios que sin lugar a duda a ellos mismos los tienen desconcertados.

De acuerdo con Martínez Costa (2008) el adolescente como una conducta normal suele ser púdico con naturalidad, es decir, sin exhibicionismos ni exagerados recatos.

Bien es cierto que se encuentran, un poco confusos ante el brote de su maduración genital y además, son en ésta edad frecuentes las vivencias, muchas veces más imaginarias que reales, de insatisfacción con su propia imagen corporal.

### **2.1.4 Cambios Psicológicos**

La adolescencia es un periodo en el que se producen muchos cambios hormonales en el organismo. Esos cambios hormonales son los que provocan la transformación física en el cuerpo de los adolescentes pero también son responsables de las alteraciones emocionales. Los adolescentes pasan de la alegría a la melancolía con asombrosa rapidez. En un minuto se comportan como los niños que eran hace nada y al segundo siguiente adoptan posturas mucho más cercanas a la madurez. Esa es una de las características más habituales de la adolescencia. Y en general no tiene ninguna importancia aunque es bueno vigilar si los periodos de tristeza fueran muy prologados o la melancolía excesiva que podrían indicarnos la existencia de problemas psicológicos.

De acuerdo con Morales Villa (2010) en la adolescencia se entra en una crisis de identidad, ya que no saben quién son, por lo que asumen nuevos roles que pueden llevar a dudas, contradicciones e incluso excesos. Se enfrentan con un gran conflicto, ser independientes vs el miedo a soltarse de los padres.

Para el adolescente es importante e incluso necesario tener autonomía, lo cual incluye tener el derecho pero también el deber de actuar bajo su propia determinación. Esto suele representar un problema para padres y profesores a los que les resulta difícil “negociar” sobre normas y límites.

La situación anterior y los cambios de humor que suelen presentarse pueden traerle consigo problemas en las diferentes áreas de su vida, pero sobre todo discusiones con los padres, lo cual crea un conflicto en el

adolescente quien en estos momentos ve a los padres casi como “enemigos”, los que no los dejan salir con sus amigos a fiestas o salidas nocturnas, quienes piden cuentas de las calificaciones del colegio, los que intervienen con las amistades y parejas de sus hijos e incluso en el vocabulario que usan.

Sin embargo, hay investigaciones recientes como la que Holmes (2008) realizó donde menciona que las discusiones entre padre-hijo en vez de ser algo perjudicial, logra un mayor acercamiento donde el padre puede darse que el hijo puede articular y defender un punto de vista. Incluso dichas discusiones pueden ser tomadas como una muestra de afecto en la que el hijo aprecia tanto a los padres que es capaz de mostrarles sus sentimientos y pensamientos.

En este sentido, para que las discusiones sean positivas, es importante que los padres escuchen con atención al punto de vista de sus hijos, que demuestren que valoran sus opiniones sin estar de acuerdo, y que estén dispuestos a modificar su propia postura si el argumento de sus hijos resulta convincente.

Por otro lado, Piaget (1969) habla de los cambios a nivel cognoscitivo que se dan en la adolescencia, ya que hay una transición de las operaciones concretas a las formales, es decir, a partir de esta etapa percibirá el mundo de forma abstracta. En otras palabras, pueden afrontar las ideas de modo sistemático y científico, y no en la forma espontánea del niño de menor edad. El adolescente es capaz de pensar no solo como son las cosas, sino como podrían ser diferentes y mejores. (Citado por Villagomez García, 1998).

### **2.1.5 Cambios Sociales**

Otro de los cambios fundamentales de la adolescencia es la importancia que adquieren los amigos, pues necesita formar parte de un grupo de iguales para ir construyendo su propia identidad. Comenzarán a pasar mucho más tiempo con ellos y menos con su familia, pero esa es también una forma de irse preparando para el futuro y lograr alcanzar su individualidad e independencia.

El trato que recibe el adolescente de la sociedad, en muchas ocasiones es incongruente, ya que no se le aceptan ciertas formas de conducta adulta; o si se le admite, son recién adquiridas y extrañas para él, ya que le son impuestas. Es por esto que la adolescencia es un periodo donde el individuo debe aprender nuevos roles sociales. (Villagomez García, 1998).

En resumidas cuentas, intelectualmente, la madurez se logra cuando la persona posee la capacidad del pensamiento abstracto. Socialmente se llega a la edad adulta cuando un individuo se sostiene a sí mismo, ha elegido una ocupación y un estilo de vida familiar. Psicológicamente se tiene cuando se logra una identidad propia, se adquiere independencia afectiva de los padres, desarrollo de un sistema de valores y capacidad para establecer relaciones maduras con amistad y amor.

## **2.2 Sexo, Sexualidad y Acto Sexual**

En principio es importante diferenciar el término de sexo con el de sexualidad y acto sexual, ya que se suelen usar como sinónimos aunque no lo sean. Monroy (1977) menciona que la sexualidad es aprendida dado que está

determinada por el contexto social-cultural, es decir, las normas, valores, formas educativas, entre otras, en tanto que el sexo es definido por la biología de todo ser humano. (Citado por Aguilar Castillo, 1988). Por último, el acto sexual se refiere únicamente a tener relaciones sexuales, es decir, a que se efectúe el coito.

De acuerdo con la CONAPO el sexo son las características anatómicas y fisiológicas que en la especie humana diferencian al varón y a la mujer. (Citado por Aguilar Castillo, 1988).

La Real Academia de la Lengua Española (1970) nombra al sexo como la condición orgánica que distingue al macho de la hembra.

Así mismo, Gómez de Silva (1988) define al sexo como la propiedad según la cual pueden clasificarse los organismos de acuerdo con sus funciones reproductivas.

Estas características biológicas no se refieren sólo a los órganos sexuales, sino también a diferencias en el funcionamiento de nuestros cuerpos.

Precisamente, las diferencias de los organismos del hombre y la mujer, son las que permiten que, al unirse sus células sexuales, exista la posibilidad de la reproducción.

Por otro lado, al abordar a la sexualidad hay que unificar términos, para asegurar que se está entendiendo apropiada y descriptivamente el concepto.

Flores Curiel (1985) afirma que es importante partir de la conceptualización básica, ya que comúnmente al abordar o estudiar el fenómeno sexual en el sujeto se habla indiscriminadamente de sexo y sexualidad, enfocando esta última por lo general a una manifestación sexogenital.

La CONAPO por ejemplo, define la sexualidad como el conjunto de manifestaciones y expresiones de tipo biológico, psicológico y socio-cultural que diferencia a cada individuo como varón y como mujer en un grupo social. (Citado por Aguilar Castillo, 1988).

Katchadourian, (1992) menciona que la sexualidad es un proceso evolutivo, pues desde el nacimiento se va moldeando al sujeto a partir de sus transformaciones llegando a tocar el centro de la persona difundiéndose y proyectándose hacia todas las zonas de la existencia humana.

Desde el modelo psicoanalítico, en particular Freud (1917), adscribe a la sexualidad un carácter biológico e innato considerando los fenómenos sexuales en la vida como las manifestaciones de energía que llamó libidinal y que tenía como fuente la matriz biológica del sujeto.

La sexualidad se refiere a la forma de sentir, vivenciar y actuar que tenemos hombres y mujeres. Tiene que ver con nuestro cuerpo y las sensaciones que él nos genera desde que nacemos hasta la muerte.

Por último, Hernández Hernández (2010) menciona que desde el punto de vista de la sexología, se puede definir el acto sexual como el contacto físico entre personas fundamentalmente con el objeto de dar y/o recibir placer

sexual, o con fines reproductivos.

De acuerdo con Pérez Pérez (2008) el acto sexual, es la interacción más completa de todo lo que se refiere a la comunicación sexual, involucra mayor uso de intimidad, de privacidad, y de interacción mutua. Éste es el paso que involucra un mayor conjunto de estímulos, y un mayor conjunto de respuestas a ese conjunto de estímulos.

El acto sexual no necesariamente debe terminar en penetración, puede haber otro tipo de estímulos como los besos o las caricias en todo el cuerpo de una persona hacia otra, e incluso de uno mismo.

La *sexualidad* es la forma que tenemos de vivir y experimentar nuestro sexo, es decir, la parte biológica, o sea, nuestros genitales y las hormonas que determinan que seamos y sintamos como hombre o como mujer. Para el *acto sexual* es necesario hacer uso de los dos términos anteriores.

### **2.3 ¿Cómo se Desarrolla la Sexualidad?**

Santa Cruz Bolívar (2007) habla de que la sexualidad empieza su proceso de formación desde el primer encuentro que el bebé tiene con el mundo, que en la mayoría de los casos se centra principalmente en su madre. Las primeras vivencias relativas a la sexualidad tienen que ver con el contacto con los padres y las sensaciones de satisfacción asociadas a este contacto como lo son el tomar pecho, dormirse junto a ellos, ser acariciados, entre otras experiencias.

La sexualidad se construye en cada individuo a partir de las

experiencias que su naturaleza biológica y la interacción con el grupo la hacen vivir.

Por ejemplo, un niño cuyos padres fueron afectuosos y cariñosos seguramente más tarde establecerá relaciones con los demás del mismo tipo, puesto que los niños van aprendiendo según como se relacionan sus padres con él. Por lo tanto, el niño aprende a establecer contacto con el mundo involucrando en ello su sexualidad.

La sexualidad es un aspecto de la vida de todos los seres humanos y está relacionada con la capacidad de sentir placer. Nace y muere con la persona, es importante tener claro que involucra aspectos físicos, sentimentales y emocionales. Esto quiere decir, que está relacionada con nuestra forma de ser, de pensar, de sentir, de actuar y de relacionarnos con otras personas y con nosotros mismos.

## **2.4 Sexualidad en Adolescentes**

La poca funcionalidad o incluso en algunos casos inexistencia de programas de educación sexual en las escuelas, y la falta de cobertura de las campañas de sexualidad responsable ya existentes, tienen como resultado una gran carencia de información que es imperante en la toma de decisiones concernientes a la sexualidad.

La familia y la escuela son los dos principales estamentos socializadores que posee el ser humano para su desarrollo y crecimiento; pero en la etapa de la adolescencia es común ver como padres y docentes eluden la responsabilidad de abordar temas de sexualidad con los

adolescentes, argumentando que es asunto del otro.

Un estamento necesita del otro, pero también mientras que uno se forma, el otro se puede ir “deformando” lo aprendido, situación que coloca a la población adolescente en estado de vulnerabilidad, porque puede encontrarse en un estado ambivalente y de incertidumbre, lo cual es causa de daño en la personalidad de este grupo poblacional, y a que tomen información poco confiable de su mismo grupo de pares, que sin lugar a duda están en la misma situación que ellos mismos.

La cultura mexicana ha tejido sus propios mitos y tabús frente a la sexualidad, que son transmitidos de generación en generación, dando lugar a una práctica atemorizada, culpabilizada, con miedos y prohibiciones, creando así en la sociedad, y en específico los adolescentes, sentimientos de ansiedad y pecado. Se pueden citar algunos mitos:

- Tradicionales

- Los hombres deben comenzar su vida sexual desde jóvenes.
- Tener relaciones sexuales solo por placer es pecado.
- La utilización de los métodos anticonceptivos es un pecado.
- El hombre siempre querrá tener relaciones sexuales.
- La liberación femenina conduce a la promiscuidad.
- Los hombres no necesitan educación sexual.
- Para que una mujer sea plena, debe ser madre y esposa.
- Entre más mujeres tienen los hombres, mas “machos” son.
- Si haces el amor estando en tu menstruación, entonces no te embarazas.

- No puedes quedar embarazada en tu primera relación sexual.
- Modernos
  - Si las mujeres utilizan métodos anticonceptivos es porque son infieles a su pareja.
  - Los métodos anticonceptivos provocan cáncer o esterilidad en la mujer.

Todo lo anterior trae como resultados riesgos al adolescente, que a continuación se abordaran.

#### **2.4.1 Riesgos Físicos del Ejercicio de la Sexualidad**

De acuerdo con Martínez Jaimes (2009), en México los adolescentes tienen su primera experiencia sexual a los 13 o 14 años y los riesgos más graves para ellos son el Virus del Papiloma Humano (VPH) y el Virus de Inmunodeficiencia Adquirida (VIH).

Las Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS) son otro riesgo inminente al que se enfrentan los adolescentes.

Es impactante ver cifras como la que ONUSIDA (2008) proporciona, mencionando que la mitad de las nuevas infecciones por VIH a escala mundial, se producen en jóvenes de 15 a 24 años.

El embarazo precoz, es decir, cuando la mujer queda encinta en una etapa en la cual aún no cuenta con las condiciones físicas, psicológicas, económicas y sociales, para poder ser responsable de otro ser humano, es uno de los riesgos más comunes.

Muchos de los embarazos a esta edad son no deseados, por lo que como consecuencia pueden traer la realización de un aborto que quizá no sea ejecutado por personal preparado o en condiciones salubres y pueda traer riesgos incluso mortales. Pero también traerá daños psicológicos.

De acuerdo con Herrera Maldonado (2002) de cada tres nacimientos, un embarazo es interrumpido deliberadamente en el mundo.

Hoy en día los adolescentes suelen acudir al aborto como una forma de planeación familiar, principalmente ante el fracaso de los métodos anticonceptivos, si es que en el mejor de los casos fueron usados.

#### **2.4.2 Riesgos Psicológicos del Ejercicio de la Sexualidad**

En la adolescencia se viven diversas experiencias adversas que conllevan actitudes negativas hacia su autoestima, seguridad, confianza, e incluso, hacia su futura vida sexual. Algunas de estas experiencias se realizan sin preparación alguna, bajo los efectos del alcohol, drogas, acentuando los efectos negativos.

De acuerdo con Herrera Santi (1999) la sexualidad puede estar mal orientada cuando hay presencia de prejuicios en relación con los temas sexuales, la comunicación en esta esfera queda restringida y el adolescente busca por otros medios, no siempre los idóneos, sus propias respuestas e informaciones o en muchos casos mantiene grandes lagunas que le acarrearán grandes problemas por el desconocimiento, la desinformación y la formación de juicios erróneos en relación con la sexualidad.

Relacionado a lo anterior podemos observar una práctica actual que tienen los adolescentes, la cual es utilizar las redes sociales como facebook y twitter para evidenciar su activa sexualidad. Muestran fotos semidesnudos, imágenes de ellos practicando algún tipo de relación oral, anal o vaginal, y muchas veces, esto, sin el consentimiento de la otra persona, lo cual traerá repercusiones en el ámbito psicológico puesto que dañará su “reputación” lo cual se verá reflejado en una autoestima lesionada, problemas de autoafirmación, de independencia, de relación íntima personal y la aceptación por parte del grupo.

### **2.4.3 Riesgos Sociales del Ejercicio de la Sexualidad**

La práctica sexual y las relaciones de riesgo que se repiten una y otra vez, son síntomas de problemas emocionales, reflejo de un estilo de vida llevada al límite.

Los adolescentes que asumen estos riesgos tienden a repetirlos en otras facetas de su vida, lo cual socialmente afectará sin lugar a dudas.

Lamentablemente, como con muchas capacidades naturales, la capacidad para ejercer la sexualidad llega antes que la capacidad para regularla, lo que en consecuencia traerá dificultades en el área social del adolescente.

Herrera Santi (1999) habla de que para el adolescente la necesidad de autoafirmación y del seguimiento del código grupal son sumamente importantes, por lo que cuando ellos no encuentran una vía adecuada de autoafirmación tratan de buscarla en grupos antisociales donde fácilmente la

encuentran, con el reconocimiento grupal ante la imitación de sus patrones inadecuados.

La promiscuidad, que puede ir muy relacionada con el grupo de pares del adolescente, es un factor de riesgo social que no sólo puede ser motivo de embarazos precoces y enfermedades de transmisión sexual, sino que también propicia una autovaloración y autoestima negativas que puede deformar la personalidad del adolescente.

La sociedad llámese familia, escuela, sistema de salud, entre otros, deben propiciar el desarrollo de factores protectores que apoyen el crecimiento y la maduración sana del adolescente, incluyendo la clara información de todo lo relacionado a la sexualidad en esta etapa, lo que traerá consigo el establecimiento y el logro de una adecuada autoestima, que le brindará posibilidades de enfrentar problemas con responsabilidad; además de oportunidades de autoafirmación positiva.

Es también importante proporcionar espacios sociales adecuados para lograr un soporte familiar abierto y brindar oportunidad de superación educacional y cultural que le faciliten la solución a los problemas, pues la ausencia de vías para la solución puede llevar al adolescente a alcanzar altos niveles de desesperación, sentimientos de impotencia y por tanto a la autodestrucción a través de patrones inadecuados de conducta.

## **2.5 Sexualidad Responsable**

Es importante mencionar que se eligió el término “sexualidad responsable” en vez del de “sexualidad segura” , puesto que este último se refiere más a la abstención de tener relaciones sexuales, ya que en teoría esa es la única

manera de estar 100% seguros de no correr algún tipo de riesgo relacionado con llevar a cabo ésta práctica.

Ahora bien, para Quijada Osvaldo (1983) la responsabilidad sexual cobra importancia porque los jóvenes comienzan a ser fértiles y dejan de ser irresponsables en sus juegos sexuales de la infancia.

Los adolescentes dan un paso hacia una nueva etapa de madurez sexual y física, donde la sexualidad ya es compartida con otros individuos, por lo que el que haya o no problemas sociales dependerá en gran manera de la forma en que organicen su vida sexual.

Pero en realidad ¿Qué es ejercer una sexualidad responsable?, pues bien, esto dependerá mucho de la cultura de la que se hable, sin embargo, con referencia a México, se puede decir que es aquella que se ejerce teniendo información básica y necesaria en cuanto a la sexualidad, empezando por conocer nuestro cuerpo, hasta la información para tener relaciones sexuales de una manera sana y segura.

Reinisch (1990) junto con el Instituto de Investigación de Sexo Género y Reproducción Kinsey (pioneros en estudios sobre sexualidad) sugieren como conocimientos básicos y necesarios sobre sexualidad específicamente a tener información sobre la forma y función de los órganos genitales masculinos y femeninos, métodos anticonceptivos, ETS y enfermedades sexuales.

Existe un sinnúmero de problemas en cuanto al sexo responsable, sin embargo, uno de los más comunes hoy en día es que ni siquiera se le puede

llamar a nuestros genitales por su nombre propio, incluso en muchos casos ni siquiera se mencionan, como si no estuviese permitido hablar de ellos o no existieran.

Vagina y pene son los primeros distintivos entre hombres y mujeres lo cual no quiere decir que entonces no se tenga que conocer el órgano sexual del otro, ya que como se mencionó anteriormente, para ejercer una sexualidad responsable es importante conocer el cuerpo del otro con el que ejerceremos nuestra sexualidad.

Es importante no perder de vista que la responsabilidad sexual llega cuando se puede conocer todo el abanico de consecuencias y beneficios dentro del libre ejercicio de la sexualidad.

**CAPÍTULO 3**  
**CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE**

En el siguiente capítulo se abordará el tema de la historia de la educación sexual, lo cual sin duda es precedente importante para las campañas de sexualidad responsable que fueron surgiendo conforme esta educación en el tema de la sexualidad fue avanzando.

### **3.1 Campañas Sociales de Comunicación**

Hoy en día la publicidad está presente en todas las manifestaciones de la sociedad. Las entidades privadas, públicas u organizaciones no lucrativas, utilizan la prensa, la radio, la televisión, el cine, internet y diversos soportes exteriores como medios principales para dar a conocer sus productos, servicios e ideas con el legítimo propósito de informar e influir en su compra o aceptación.

“Publicidad es vender a través de medios impresos o electrónicos”  
(Hughes, 1978, P. 413).

De acuerdo con Schulz (1984) una campaña publicitaria consiste en desarrollar el mensaje de venta más correcto, en el momento correcto y a un costo razonable.

En la misma línea Rcoveri Marketing (2012) menciona que las campañas de publicidad son un amplio plan publicitario para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios (televisión, radio, revistas, internet, libros, folletos, entre otros), durante un

periodo específico de tiempo. Dichas campañas siempre son diseñadas para alcanzar un objetivo, resolviendo el problema que querían abordar.

Entonces, podemos entender que es una serie coordinada de actividades promocionales que se organizan en torno a un tema, teniendo como finalidad lograr una meta específica en cierto periodo de tiempo.

Ocampo Lara (2003) hace referencia a que las campañas han sido utilizadas también para estimular programas dentro de comunidades diversas, a las cuales se les denomina “campañas sociales de comunicación”. Éstas tienen la capacidad de persuadir e informar a las personas en diversos asuntos.

Éstas no tratan de vender un producto, sino ofrecer medidas para el beneficio de la sociedad a donde se apliquen.

Hay que tener conciencia de que la sociedad actual enfrenta diversas problemáticas que necesitan ser solucionadas, un ejemplo de esto son los altos índices de contagio de enfermedades de transmisión sexual, los embarazos no planeados y abortos en adolescentes, entre otros. Lo anterior pone en riesgo el balance y bienestar de una sociedad.

Existen grupos u organismos que se encargan de desarrollar estrategias para tratar de solucionar este tipo de problemas, a través de diseñar programas o campañas sociales. Cada país cuenta con instituciones gubernamentales encargadas de esto, en México por nombrar algunas (puesto que este tema se abordará con mayor detalle más adelante) está la Secretaría de Salud (SSA) o el Instituto Nacional de Juventud (INJUVE),

también existen instituciones no gubernamentales que desarrollan dichas campañas de comunicación como lo es Televisa, y por supuesto, existen organizaciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS) que se encarga de realizar campañas de sexualidad a nivel mundial.

En la misma línea, Salmon (1989) menciona que las campañas de comunicación son una forma de intervención social para solucionar un problema específico.

De igual manera, Dervin (1989) remite que las organizaciones que elaboran este tipo de campañas lo hacen con el fin de proteger a la sociedad, ya que tienen como fin prevenir desastres individuales o colectivos y proteger al hombre. (Citado por Ocampo Lara, 2003).

Es importante tener presente que dichas campañas no son con fines lucrativos, ya que el interés principal de éstas es el beneficio colectivo, fungiendo como medio de control social ofreciendo soluciones a los diferentes problemas sociales a los que se enfocan.

El teórico Windhal (1992) considera tres razones por las cuales es importante la aplicación de las campañas de comunicación:

1. Pérdida de legitimidad de las instituciones gubernamentales.
2. Principalmente aplicadas en países subdesarrollados, puesto que en éstos se perciben más riesgos acerca de la modernidad, es decir, no aceptan tan fácilmente nueva información y mucho menos cambios.

3. Es relevante implementar e impulsar programas educativos y contribuir al reforzamiento de normas sociales.

Dichas campañas no solo informarán a la sociedad, sino que intentarán provocar un cambio en ella, influenciando las actividades de las personas. Cuando se logra un cambio de conducta en la población a la que va dirigida la campaña, se puede hablar de una campaña exitosa.

A lo largo de este punto se ha revisado la importancia de que en los países se pongan en funcionamiento campañas sociales de comunicación, lo cual nos da pie al siguiente punto, el cual habla de cómo la sexualidad y su educación ha ido poco a poco siendo tema de mayor interés, lo cual hace necesaria la difusión de información y prevención de dicho tema.

### **3.2 Historia de la Educación Sexual e Inicio de Campañas sobre Sexualidad Responsable**

De acuerdo con Flores Ochoa (2010) en 1932 en México la Secretaría de Educación promovió el primer proyecto de educación sexual impartido a los jóvenes que cursaban grados superiores, sin embargo, la Iglesia Católica junto con las familias que luchaban contra esto, incendiaron la prensa, trayendo como consecuencia la detención de los proyectos de educación sexual.

La anticoncepción ha tenido muchas campañas en su contra. El método del ritmo, fue el único admitido sin reservas por la iglesia católica. Ortega Gutiérrez (1995) menciona que en 1820 John Stuart Mill fue perseguido por la policía por haber intentado divulgar un folleto sobre el anticonceptivo.

Años después, en 1897 la primera mujer médico de Estocolmo, dio la primera conferencia sobre sexualidad en una escuela de chicas. (Guio, 2009).

En ese mismo año, Sanger, fundadora del movimiento a favor del control de natalidad. Cursó estudios de enfermería en el hospital de White Plains, en Nueva York. En dicha institución tomó conciencia de la necesidad de desarrollar métodos anticonceptivos para evitar embarazos no deseados que, según su opinión, conducen a abortos, a menudo practicados en situaciones insalubres.

En 1917, abrió la primera clínica de planificación familiar en EUA, hecho que la enfrentó abiertamente con las autoridades del país. Dirigía y era principal portavoz del movimiento a favor de la regulación de los nacimientos, en 1921 fundó la Liga Americana para el Control de Natalidad, luego convertida en la Federación de Planificación Familiar, y organizó la primera Conferencia Mundial sobre Población, celebrada en Ginebra el año 1927. Fue la precursora norteamericana de los movimientos feministas, luchó por la imposición del control de la natalidad, el uso libre de anticonceptivos y el fomento del aborto. (Elía, 2010).

Marie Stopes (1966) fue la mujer que inició en los años 20 el gigantesco negocio del aborto en el Reino Unido. Abrió la primera clínica abortista y de “control de la natalidad” en Gran Bretaña y fue, junto a la creadora de Planned Parenthood, uno de los pilares fundamentales del movimiento en favor del aborto. (Elía, 2010).

De acuerdo con Aller (2006) hace 40 años la educación sexual, por lo menos en América Latina, era nula, ni siquiera se pensaba que hubiera necesidad de ésta. La sexualidad se ejercía, teóricamente, sólo dentro del matrimonio con fines reproductivos aceptando, por lo tanto, “los hijos que

Dios mandara”. La poca información referente a lo sexual era con las ETS, que en ese entonces se conocían como enfermedades “venéreas”.

Hay que recordar que durante muchas décadas la fuente de aprendizaje de lo sexual era la religión y la medicina, y cuando alguien necesitaba guía con respecto a este tema, eran canalizados a cualquiera de estas dos instancias.

Chaher (2011) da referencia a que en los años sesenta Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Venezuela tenían un insuficiente desarrollo en educación sexual. Sólo los laboratorios daban charlas informativas en las que a las niñas se les indicaban procesos de ciclos ovulatorios y se promocionaban apósitos higiénicos (lo que hoy en día son las toallas sanitarias y los tampones).

Del mismo modo Guio (2009) hace mención de que a mediados de los sesenta con la explosión demográfica en los países “pobres”, se emprenden campañas de planificación familiar.

En 1965, Colombia crea PROFAMILIA, entidad que promueve la planificación familiar, y quien fue la primera asociación en el mundo en realizar promoción radial sobre este tema, y quien además organizó distribución comunitaria de anticonceptivos.

Siguiendo la misma línea Aller (2006) documenta que en el año de 1968 se crea en Argentina de la mano de médicos ginecólogos y obstetras, la Asociación Argentina de Protección familiar (AAPF), que daba cursos a educadores y médicos, así como una serie de películas documentales destinadas a preadolescentes en escuelas, el cual tuvo mucha aceptación a nivel nacional e internacional.

Sin embargo, la simple explicación de cómo usar los métodos anticonceptivos y de las ventajas de la planificación familiar, no eran suficientes para motivar a la población para que se acercara a los programas que estaban surgiendo y que ofrecían información completa y detallada de ello. Es por lo anterior que los directivos de los programas, promocionados en esos años por la Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF), crearon dentro de su estructura Departamentos de Información y Educación para que se encargaran de la realización de actividades y campañas educativas, así como la producción de materiales informativos de apoyo. (Aller, 2006).

Mientras tanto, Bianco (1994) relata que a finales de los años sesenta, la preocupación por el tema de la educación sexual aumentaba, si bien no para todos, si para los profesionales de las ciencias médicas y sociales, quienes asistían a los pocos encuentros, cursos y seminarios al respecto, entre el que destacó el “Curso sobre Sexualidad” impartido en Montevideo, Uruguay, la “Cátedra de Sexología” en Venezuela, las capacitaciones de “Educación Sexual” que ofrecía Suecia a grupos de profesionales de América Latina y el Caribe, las cuales intentaban sentar las bases para establecer una red de intercambio de información a nivel Latinoamérica.

En 1974 se organiza en Bucarest, Rumania, la Conferencia Mundial de Población y Desarrollo, donde los países desarrollados mostraron su preocupación por el gran crecimiento demográfico en las naciones periféricas, a partir de dicha conferencia, los países periféricos comenzaron a tener una incipiente posición hacia la planificación como derecho y no como imposición o control de natalidad. (Chaher, 2011).

Debido a lo anterior, para los años setenta ya se había incluido en la mayoría de los países servicios de educación sexual, ya sea en las escuelas, en instituciones públicas de salud, comunidades marginadas, seminarios, conferencias, programas de televisión, radio, investigaciones, cursos en universidades y otros, sin embargo, éstas seguían limitándose al control de la natalidad y al uso de anticonceptivos para que los índices demográficos disminuyeran.

Según Guio (2009) en Colombia el Ministerio de Educación Nacional introdujo materias de comportamiento sexual y salud (con un sesgo biologicista) a los estudiantes de los últimos años, también se crea la Sociedad Colombiana de Sexología que realizaba seminarios y congresos, así mismo, Costa Rica organiza el Primer Seminario de Educación Sexual de América Latina. De la misma manera, de acuerdo con Flores Ochoa (2010) en México en 1974, con el gobierno de Luis Echeverría, se formó el Consejo Nacional de Población, quien cumplía las mismas funciones que los antes nombrados.

De acuerdo con Aller (2006) para 1978 se da un gran paso, la IPPF promueve la creación de un libro de 340 páginas llamado "Sexualidad Humana y Relaciones Personales", recopilado y editado por el Lic. Ruano

Mariño, de Costa Rica, y escrito por los más importantes educadores de América Latina, entre los que destacan Arnaldo Gomensoro (Uruguay), Cecilia Cardinal de Martín (Colombia), Eda Le Shan (EEUU, la única no latinoamericana), Anameli Monroy de Velazco (México, la primera que desarrolló en la región un centro para adolescentes a mediados de los años '70), así como el Pastor Luis Parrilla y el citado Luis María Aller.

Así como los países latinoamericanos estaban colaborando cada vez más al avance del tema de la sexualidad y la creación de educadores sexuales, se formó en 1980 la Federación Latinoamericana de Sociedades de sexología y Educación Sexual (FLASSES). (Chaher, 2011).

Asimismo, de acuerdo con Aller (2006) en los años ochentas también se produjo la aparición de la sexología clínica y un grupo de sexoterapeutas pasaron a formar parte de los expertos en el tema, esto creó confusión entre éstos y los educadores, quienes se disputaban los campos ideológicos del comportamiento sexual humano.

Actualmente las discrepancias que se pudieron observar en esos años han quedado de lado y todos los que de una u otra forma trabajan en relación con la sexualidad tienen sus áreas bien distribuidas y especificadas, y de la misma forma pueden hacer un trabajo multidisciplinario.

A partir de la década de los 90's, la sexualidad recobra interés oficial y se reconoce la educación sexual como un componente importante en la calidad de vida de las personas y no sólo como elemento para prevenir o modificar la ignorancia, el miedo, la inequidad de género y los conflictos de la vida sexual de las personas. (Guio, 2009).

De acuerdo con Aller (2006) en Argentina para 1991 el Centro de estudios, terapia e investigación en sexualidad (CETIS) formó más de un centenar de educadores sexuales quienes tenían una labor informativa tanto en escuelas, instituciones de salud y en los medios masivos de comunicación, donde transmitían el programa de televisión “Sexualmente hablando”, el cual duró nueve meses al aire.

Para 1993 en Colombia se acepta la ley que reglamenta la educación sexual en la educación formal y para 1994 dicho programa se pone en práctica. (Guio, 2009).

En este mismo país, para 1997 el ministerio de salud pública un documento donde plantea la organización de programas especiales de información y educación, al igual que la elaboración de acciones de carácter individual y colectivo (como campañas en medios masivos) que apunten a la disminución de problemas relacionados con el comportamiento y la salud sexual.

Por otro lado, Chaher (2011) hace referencia a que en esos años apareció la prevención formal del VIH, que implicó una fuerte acción ya no solo de los centros educativos sino también de las instituciones de salud. Este enfoque preventivo/informativo se focalizó en la transmisión de datos anatómicos y fisiológicos, prevención de la sexualidad (riesgos de embarazo precoz y enfermedades de transmisión sexual -ETS-) y promoción de la higiene sexual.

Este enfoque sigue presente en la actualidad. Se trata de responder con información, pensando que si las personas disponen de este insumo

cambiarán su comportamiento, aunque es claro que algo se está haciendo de la manera incorrecta puesto que no se han observado los resultados deseados, es decir, observar una verdadera cultura en lo referente a lo sexual, lo cual se vería proyectado en la disminución de los problemas ya antes mencionados.

Mientras tanto Flores Ochoa (2010) menciona que en México ya se habla de salud sexual y reproductiva como derecho humano legitimado el derecho de la sociedad mexicana a vivir una sexualidad libre, responsable e informada con equidad de género. Por lo cual, se comienza a difundir en las escuelas una educación sexual “integral”, en la que se imparten cursos para educar a los jóvenes con una ideología “libre de mitos”, siendo responsables y solidarios respetando las preferencias sexuales y poniendo énfasis en la comunicación, así como cultivar las habilidades para prevenir los embarazos y el SIDA.

Siguiendo en la misma línea, Chaher (2011) menciona que la sexualidad integral es el enfoque que actualmente se está desarrollando en Argentina, Brasil, Colombia, Guatemala, México y Uruguay y que fue fortalecido con la Declaración de México del 2008, en la que por primera vez los ministerios de Educación y Salud del continente acordaron un concepto integral de sexualidad y trabajar intersectorialmente para que en el 2015 se esté aplicando el enfoque en todo el continente y haya servicios amigables para la atención de una demanda de derechos.

Es importante no perder de vista que somos sujetos de derechos y responsabilidades, que están basadas en los principios de igualdad y

dignidad, donde el paradigma propone una aceptación de la diversidad, la no discriminación y la no exclusión y, si bien hay prevención e información científica, éstas no pueden aislarse del enfoque de derechos y la perspectiva de género.

Es necesario decir que aún falta camino por recorrer para que esto sea una realidad y no solo un proyecto en vías de desarrollo, ya que es indispensable que estos países estén convencidos de la necesidad de hablar de temas de sexualidad, ya que aun con los mejores materiales educativos o campañas mediáticas, el tema no se materializará.

### **3.3 Campañas de Sexualidad Responsable a Nivel Mundial**

Después de ver cómo ha ido evolucionando la educación con respecto a la sexualidad se hace evidentemente necesaria una responsabilidad social que cree conciencia y mejore la educación sobre anticoncepción y sexualidad responsable entre los adolescentes, a modo de prevenir el alto índice a escala mundial de embarazos no planificados.

Para iniciar a nombrar algunas de las campañas que se han realizado a nivel mundial, es prioridad tener presentes algunos datos de suma relevancia:

Según datos arrojados por la UNICEF (2009) el Caribe es el área con la segunda tasa más alta de prevalencia de SIDA en el mundo, después de África Subsahariana, y las adolescentes se ven cada vez más afectadas.

Asimismo, aproximadamente la mitad de nuevas infecciones de enfermedades de transmisión sexual, ocurren en personas de 15 a 24 años,

este número aumenta al 60% en el Caribe.

En América Latina y el Caribe se registra la segunda tasa más alta de embarazos adolescentes en el mundo, 38% de las mujeres de la región se embarazan antes de cumplir 20 años, mientras que casi el 20% de nacimientos vivos en la región son de madres adolescentes.

De acuerdo con la División de Poblaciones de las Naciones Unidas (2010), se ha observado que los anticonceptivos orales, tras haberse comercializado ya por cincuenta años, es la opción predilecta de los jóvenes a nivel mundial, en un 47%, siguiéndole los condones en un 15%.

En el continente Americano y Europeo es la píldora el anticonceptivo más usado (PROSALUD, 2010).

Es importante tener presente que la pastilla anticonceptiva, así como otras opciones de anticoncepción, únicamente evita un embarazo no planeado, mientras que el condón es el único anticonceptivo que protege de las enfermedades de transmisión sexual (ETS).

De acuerdo con datos de la División de Poblaciones de las Naciones Unidas (2010) las Naciones Unidas en conjunto con Bayer Schering Pharma, han iniciado una campaña a nivel Latinoamérica que difunda información respecto a los anticonceptivos más modernos y su alta efectividad.

Esto debido a que se encontró por ejemplo que Venezuela ocupa en la actualidad el primer lugar de embarazos no planificados en adolescentes de Sudamérica. Cifras de ese país muestran que 21% de los nacimientos se

derivan de jóvenes de entre 15 y 19 años, es decir que, una de cada cinco menores de edad ya es madre. Esto seguramente está relacionado con que la edad promedio en que las venezolanas comienzan a utilizar métodos anticonceptivos es a los 19 años. (División de Poblaciones de las Naciones Unidas, 2010).

Si bien, aunque éste no es el estándar del mundo, ha llevado a sentir una necesidad de poner manos a la obra en la difusión de una campaña social de comunicación referente al tema de la sexualidad responsable.

Se desarrolló por lo cual “Tu vida, tu responsabilidad”, que se puede ver con mayor detalle en: [www.tuvidatudecision.com](http://www.tuvidatudecision.com), que tiene como objetivo motivar a los adolescentes a que conozcan la amplia gama de opciones que tienen en cuanto a anticonceptivos se refiere, consultar a un especialista que pueda ayudar a seleccionar el método que convenga más, así como a hablar del tema con padres, profesores y no menos importante, la pareja. (Tu vida, tu responsabilidad, 2010).

De acuerdo con la Asociación Médica Argentina de Anticoncepción (A.M.A.D.A) (2007) otra campaña que se ha lanzado a nivel multinacional es la del “Día Mundial de Prevención del Embarazo no Planificado en Adolescentes” (DPEA), que se celebra el 26 de Septiembre.

Para hacer posible la realización de esta campaña fue necesario que organizaciones no gubernamentales como Marie Stopes International (MSI), European Society of Contraception (ESC), Centro Latinoamericano Salud y Mujer (CELSAM), Asian Pacific Council on Contraception (APCOC) y la Federación Internacional de Ginecología Infanto Juvenil (FIGIJ), apoyados

por Bayer Schering Pharma, unieran esfuerzos.

En diversos países claves del mundo se realizarán actividades previas a la fecha, las cuales incluirán eventos educativos en las escuelas, facultades y universidades, conciertos de caridad, espectáculos ambulantes como talleres para jóvenes y actividades promocionales en bares y antros; considerando también algunas importantes para este día.

El objetivo principal de dicha campaña es dar opciones anticonceptivas a los adolescentes y jóvenes, para que estos puedan realizar una decisión libre y consiente de cuándo y cuántos hijos tener.

Asimismo, para apoyar al DPEA, en el 2012, Bayer, MTV Latinoamérica, la Federación Internacional de Planificación Familiar Región del Hemisferio Occidental (IPPF/RHO) y CELSAM se lanzó una campaña en Latinoamérica llamada “Tu Futuro. Tu Elección. Tu Anticonceptivo”, con el objetivo de motivar a los adolescentes a tomar acciones sobre su sexualidad, la salud sexual y reproducción, conseguir en: [www.tuvidatudecision.com](http://www.tuvidatudecision.com).

La campaña consistió en lanzar una convocatoria en línea para que los adolescentes y jóvenes subieran sus ideas en forma de dibujo, foto, canción o video sobre salud sexual y reproductiva al sitio web [www.sextumismo.com](http://www.sextumismo.com) tres historias se seleccionarían para ser filmadas y producidas en cápsulas que se emitirían en MTV Latinoamérica, en donde además de que los ganadores serían los protagonistas de dichas cápsulas, se les haría una premiación a manos de artistas famosos como David Guetta o Paulina Rubio. En este sitio web [www.youtube.com/watch?v=-gnX4W9REfw](http://www.youtube.com/watch?v=-gnX4W9REfw) se puede observar un poco más acerca de ésta campaña.

De acuerdo con (PROSALUD, 2011) otras campañas que en Venezuela se han puesto en marcha, podemos nombrar la campaña mundial “Muñecas de Papel”, lanzada por la Asociación Civil Mujeres Unidas por la Salud (MUSAS), la cual recolectó alrededor del mundo muñecas de papel que llevaran mensajes impresos sobre la importancia del uso y acceso a los condones femeninos para lograr formar una cadena de mensajes que serían colocados en una plaza frente al edificio de las Naciones Unidas en Nueva York. La finalidad de dicha acción era llamar la atención de gobiernos que asistirían a una reunión de Alto Nivel sobre el VIH/SIDA retomando la importancia de un mayor acceso a los condones femeninos.

Actualmente la campaña la conforman treinta organizaciones a nivel mundial, y es coordinada por el Programa de Acceso Universal a los Condones Femeninos (UAFC) quien es una fundación sin fines de lucro.

Asimismo, (PROSALUD, 2010) se llevó a cabo el cuarto programa radial “Espacios de Sexualidad” donde los adolescentes fueron quienes hablaron de cómo viven su sexualidad, en donde la audiencia en general podía hacer preguntas con respecto a dudas relacionadas con el tema, sin embargo, esto solo era a través del portal de internet, por el link: [www.micondominio.com/radio](http://www.micondominio.com/radio).

También se encuentra la campaña “La Hora Cero”, que se llevó a más de 900 alumnos de diferentes escuelas públicas en salas de cine de la compañía “Cinex”, para que una serie de especialistas dieran una charla que les permita a los adolescentes crear conciencia y mejorar la educación sexual y reproductiva.

De igual manera, de acuerdo con la Iniciativa de Comunicación y Medios para el Desarrollo de América Latina y el Caribe (2006), en Perú se creó la campaña “Jóvenes Promoviendo una Sexualidad Responsable y sin Paltas”, a cargo del Consorcio por el Desarrollo de Adolescentes y Jóvenes, con el objetivo de que los adolescentes conocieran sus derechos para vivir una sexualidad responsable y saludable. Se grabó un “jingle” que fue difundido en estaciones de radio, así mismo hubo “stands” donde se ofreció información, consejería, juegos y premios.

En Colombia, en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, apoyada por el Ministerio de Educación, el Ministerio de Protección Social, la Presidencia y el Fondo de Población de las Naciones Unidas, lanzó la estrategia interinstitucional "Por el derecho a una sexualidad con sentido", la cual busca crear espacios de difusión, educación y promoción de los derechos sexuales y reproductivos de adolescentes, jóvenes y mujeres, a través de personalidades reconocidas, llamados embajadores, como lo son Valerie Domínguez, el “Pibe” Valderrama y Cristina Hurtado, quienes realizaron una gira alrededor del país difundiendo los derechos sexuales y reproductivos. (El Espectador, 2010).

Por su parte, en Chile, entidades públicas y privadas, conscientes de lo delicado que es hablar de sexualidad con adolescentes, y sabiendo que éstos muchas veces ignoran las responsabilidades y peligros que conllevan, se lanzaron diversas campañas que se distribuían a través de distintos medios de comunicación masiva como lo son radio, periódico y principalmente televisión, ejemplo de esto fue la campaña lanzada en 2006, “Siempre Condón” que fue criticada por enseñar a una pareja de homosexuales en una de sus piezas gráficas, (Infoadolescencia y Sexualidad, 2006).

Viendo todo lo anterior, podemos darnos cuenta que quizá lo que se necesite en dichas campañas es no solo una simple sugerencia o consejo, sino algo penetrante y chocante, de un carácter imperativo y fuerte.

En países como Francia, se pueden ver campañas como las lanzadas por AIDES (2012), que es una asociación contra el SIDA, que muestra con claros ejemplos y analogías lo que puede ser una relación sin cuidados.

En este link se puede observar uno de los diversos videos que dicha organización promueve: <http://www.youtube.com/watch?v=mw80FnIE5iU>

Pero no solo es importante que se lleven a cabo campañas fuertes y realistas, sino que se haga una difusión integral del tema de la sexualidad responsable.

Lo anterior debería abarcar desde proponer estrategias y acciones para promover ésta, hasta derribar las barreras y prejuicios de promover una sexualidad responsable, ofrecer educación integral en todos los sectores de nuestra población, incluyendo el nivel escolar, dar educación, capacitación y apoyo a los profesionales que trabajan en campos relacionados con la sexualidad, así como desarrollar y dar acceso a servicios integrales de atención de salud sexual y sexualidad responsable para la población.

Ahora bien, teniendo ya un panorama de las campañas de sexualidad responsable que se han lanzado en distintos puntos del país, se abordará de manera directa el tema de las campañas de sexualidad en México.

### **3.4 Paso a Paso hacía las campañas de Sexualidad Responsable en Escuelas de México**

Es preocupante darse cuenta que la mayoría de la información que obtienen los jóvenes con respecto a la sexualidad es empírica, mientras que la parte formal casi siempre se limita a enseñarles en las escuelas la parte biológica del cuerpo humano y algún método anticonceptivo o hablar sobre enfermedades de transmisión sexual, sin aunar en el tema.

Álvarez Gayou (2001) habla de que aquellos profesionistas que deseen atender a las demandas de la sociedad con respecto al tema de la sexualidad, deberán adoptar una actitud objetiva, abierta y científica, asegurándose así de no imponer valores propios, entendiendo que nunca se podrán establecer normas universales. Así pues, una actitud de respeto y comprensión ante los diversos modos de ver y llevar a cabo la sexualidad traerá consigo una mejoría social. (Citado por Honold, 2005).

Orlando (1993) menciona que es sumamente importante considerar una educación sexual en la que no solo se incluya lo biológico, sino también lo social, cultural y afectivo, pero sobre todo, que ésta se vaya dando gradualmente.

Primero en la Infancia con el autodescubrimiento del propio cuerpo (nacimiento a tres años), donde la fuente de educación es la madre o en su defecto las guarderías. Posteriormente, de los tres a los cinco años, surge un nuevo modo de ver a la pareja, lo cual continuará el proceso de autodescubrimiento.

Después, retomando las etapas de la vida viene la niñez, que iría de los seis a los diez años aproximadamente. De los seis a los ocho años se presenta la socialización en núcleos más amplios, y posteriormente de los ocho a los diez, los temas como menstruación, relaciones sexuales y embarazo se empiezan a tratar. La educación en esta etapa se da por parte de la familia pero también de la escuela.

Por último encontramos a la adolescencia, considerada a partir de los diez a los trece años en adelante, donde se presenta una oleada de interrogantes por todos los cambios que se están dando, después de los trece a los dieciséis la identidad personal, los valores y las parejitas, toman importancia para continuar, de los dieciséis en adelante con el elegir el futuro, es decir, la pareja, la profesión y la protección sexual.

Parte importante y esencial de la educación para una sexualidad responsable en México, debe provenir de las escuelas, específicamente hablando de la Secretaría de Educación Pública (SEP) , por lo que se dará un rápido recorrido de cómo se fue aceptando dicha educación en las instituciones educativas.

Aguilar Gil (2007) menciona que en 1912 y 1913, la Universidad Popular Mexicana ya organizaba cursos de educación sexual. Para 1932, de acuerdo con Mata Morales (2006) el Secretario de Educación, Narciso Bassols, sometió a la consideración de la SEP bases para la implantación de la educación sexual en las escuelas. Cuando esta noticia se publicó, hubo varias oposiciones por parte de instituciones y personas con filiación religiosa.

En esa época hubo argumentos suficientes para demostrar que era inconveniente impartir esta educación sexual; como lo son, que en diez mil años de vida, la sociedad había progresado sin necesidad de dicha educación.

Además los profesores no estaban preparados para impartir tales clases, así mismo aseguraban que los niños perderían su inocencia y jamás la volverían a recuperar.

De acuerdo con Flores Ochoa (2010) a principio de los setentas, se estableció que la educación sexual tenía que ser obligatoria, pero sobre todo, que los libros de texto de primaria, secundaria y preparatoria debían ser realistas.

Asimismo, en esta misma década se crearon instituciones como el Consejo Nacional de Población (CONAPO), para promover y coordinar las acciones gubernamentales para elaborar un modelo de educación sexual y así reducir la tasa de crecimiento anual y modelar la conducta sexual de los mexicanos con respecto a su sexualidad y el uso de anticonceptivos.

Cabe destacar que en esa época la CONAPO era de las únicas instituciones que lanzaban campañas de sexualidad, por lo menos, refiriéndonos a instancias gubernamentales.

De igual manera, Mata Morales (2006) afirma que como el Secretario de Educación de esa época, Victor Bravo Ahuja mencionó, se hizo una coordinación de trabajo entre la SEP y CONAPO, la cual se hizo evidente en la Ley federal de Educación, que hacía énfasis en hacer conciencia de la

planificación familiar, respetando la libertad personal.

Para 1998 el Secretario de Educación, Limón Rojas anunció que se ampliaría la educación sobre la sexualidad para los alumnos de quinto y sexto año de primaria y a los de secundaria, se les incluiría la materia de Formación Cívica y Ética, donde se buscaba que en 2005 ya se contara con libros que abordaban de manera más amplia el tema de la sexualidad, tomando en cuenta los valores, la libertad y respeto hacia sí mismo y los demás, evitando tocar solo el aspecto biológico. (Aguilar Gil, 2007).

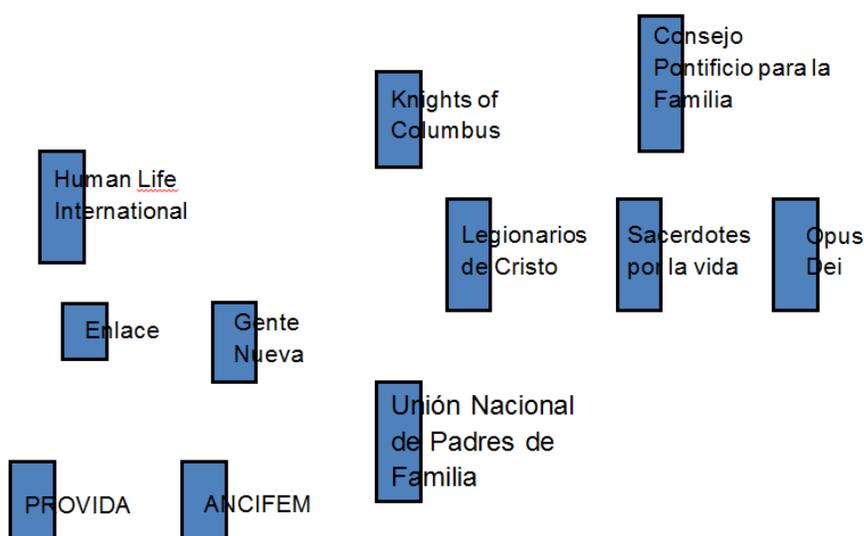
En este link:

<http://basica.sep.gob.mx/escuelasegura/pdf/guias/guiaAlumSecu.pdf>(p. 50) se puede encontrar que hasta el sexenio pasado se manejaba en los libros de texto de nivel secundaria con respecto a la sexualidad, donde con ejemplos “que le pueden pasar a cualquier adolescente” intentan llevar a la reflexión. (SEP, 2012).

Siendo un tema tan polémico, hubo organizaciones o padres de familia que no estaban de acuerdo con que sus hijos recibieran esta clase de información, por lo cual, solicitaron amparos legales contra la distribución de libros de texto con contenido de sexualidad.

Los padres alegaban que tenían el derecho absoluto sobre sus hijos, así mismo, daban argumentos tales como: “el hablarles de un tema como la sexualidad (responsable o no) los incentivaba a ser precoces”, “el permitir que se les hable del tema de la sexualidad es como permitir que la lleven a cabo”.

### Esquema 3.1 Instituciones en Contra de la Distribución de Libros de Texto con Contenido Sexual



Fuente: Aguilar Gil, 2007, p.9

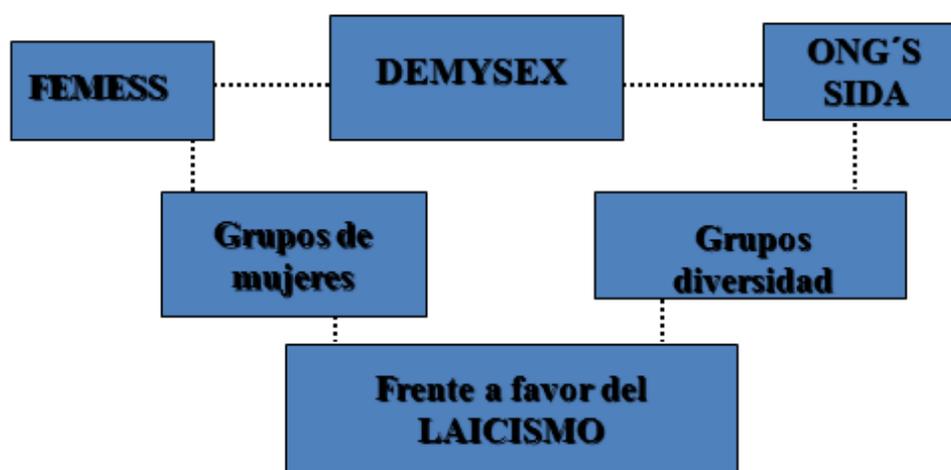
Asimismo, había organizaciones que apoyaban una educación científica y abierta, donde se hablara de la libertad para decidir sobre su sexualidad, e incentivarlos al uso del condón (sobre todo).

A pesar de lo anterior, para el 2010, de acuerdo con El Universal, el Secretario de Educación Pública, Alonso Lujambio, y el titular del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Daniel Karam, a través de prevenIMSS, firmaron un convenio para brindar atención a la salud preventivamente, donde se promovería el uso del condón esperando que los alumnos lleven a cabo una sexualidad responsable.

El Secretario Lujambio, mencionó que de acuerdo con la encuesta de Exclusión, Intolerancia y Violencia, aplicada en 105 planteles de bachillerato dependientes a la SEP en todo el país, arrojó que el 7.6% de las jóvenes de 15 y 19 años han estado embarazadas, que es aproximadamente 2 mil

alumnas de escuelas de educación media superior.

Esquema 3.2 Instituciones a Favor de la Libertad en la Educación Sexual



Fuente: Aguilar Gil, 2007, p.11

De igual manera se obtuvo con dicha encuesta que el 27.9% de las mujeres y 25.3% de los hombres no utilizaron ningún método anticonceptivo en su primera experiencia sexual. Lo cual llevó al Secretario a declarar que embarazos (no deseados, en su mayoría) pueden presentarse por “ignorancia”, ya sea debido a que los adolescentes no tienen plena conciencia de las consecuencias que ello tiene o por desconocimiento de los métodos de prevención.

Siguiendo la misma línea, la SEP (2012) lanza una campaña para la prevención integral del embarazo e infecciones de transmisión sexual, llevada a cabo por el departamento de Orientación Educativa, la cual dice así:

“La adolescencia es una etapa de cambios biológicos, psicológicos,

sexuales y sociales, en la que los jóvenes dejan atrás la niñez para empezar a construir un entorno que definirá su proyecto de vida, así como su inserción en la sociedad. Si bien dejan de ser niños, en esta etapa aún se requiere la guía y cuidado provenientes principalmente de la casa y la escuela.

Un hecho preocupante que puede afectar esta etapa de transición, es el embarazo adolescente no planeado y las infecciones de transmisión sexual. De acuerdo a la encuesta “Situación de la familia y la infancia en México” elaborada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados, los adolescentes en México tienen una vida sexual prematura y activa sin una adecuada protección.

Cincuenta por ciento de los adolescentes entre 12 y 17 años que sostiene relaciones no utilizan anticonceptivos, mientras que el 30% de éstos se han infectado de Enfermedades de Transmisión Sexual.

El embarazo adolescente no planeado, repercute desfavorablemente tanto en la vida de los jóvenes como en la de sus hijos, ya que interrumpe de manera abrupta con su formación académica o profesional. Consecuentemente un bajo nivel educativo reduce sus posibilidades de encontrar un empleo digno, lo que en muchos casos los lleva a aceptar trabajos mal pagados, peligrosos o incluso en condiciones de explotación. ¡Dejar la escuela –ya sea por un embarazo no planeado o por otras causas- reduce tus posibilidades de vivir mejor!”. (Citado en SEP, 2012, p. 1).

Es alarmante que la SEP, teniendo en sus manos a tantos niños, adolescentes y jóvenes, no realice campañas de sexualidad responsable que sean difundidas masivamente, y que no solo den información como lo vemos en los párrafos anteriores, sino que hagan involucrarse al alumno y a los

padres de lo importante que es llevar a cabo día a día una responsabilidad sexual.

Para Corona Vargas (2003) es necesidad que los gobiernos reconozcan y doten a la población en una educación sexual responsable, en diferentes ámbitos, es decir, no solo de manera sistemática transmitiendo el conocimiento, sino integrando a ello valores y actitudes relacionadas con la sexualidad responsable.

Hay que hacer énfasis en que es imperativo que la educación sexual no se deje únicamente en manos de los profesores, sino también de los padres, ya que es necesario crear una formación conjunta.

Pero es cierto que muchos padres de familia aún carecen de las herramientas necesarias para dar una formación sexual a sus hijos, mientras que también hay alumnos que solo llegan a cursar la primaria, por lo que es importante que desde este nivel se les brinde información real, necesaria para que crezcan conscientes de lo que conlleva tener una sexualidad responsable.

De igual manera, es de suma relevancia que instituciones no gubernamentales, pero sobre todo gubernamentales realicen campañas de sexualidad segura que no solo brinde información, sino que logren que ésta pueda ser significativa para los adolescentes que la reciben.

Todo lo que pueden aprender de dichas campañas lo apliquen en su vida diaria, reflejando entonces si en una disminución significativa de embarazos no planificados o de contagio de ETS.

### **3.5 Campañas de Sexualidad Responsable en México**

Hoy en día, en muchos países Latinoamericanos (como ya se vio en puntos anteriores) y en México específicamente, la educación de la sexualidad es en mayor medida informal dentro del contexto social, y formal en menor grado a través de instancias gubernamentales y no gubernamentales que haciendo uso de los medios masivos de comunicación o de la educación primaria, media superior y superior, dan a conocer información referente a la sexualidad casi siempre de manera general.

Ahora bien, por otro lado, es importante que haya un precedente de las cifras de adolescentes con las que en este momento el país cuenta, ya que las campañas lanzadas seguramente tomaron en cuenta estas estadísticas para su realización y difusión:

La Organización Panamericana de la Salud (2012) menciona que la población adolescente de México se duplicó en números absolutos en los últimos 30 años. En 1970 representaba 11.4 por ciento de la población nacional; hoy representa 21.3 por ciento. Entre 2000 y 2020 el grupo de edad más grande de la población será el de 10 a 19 años.

En la misma línea, CONAPO (2012) proporciona la cifra de que la edad del estudiante promedio de Bachillerato es de entre 13 y 18 años, lo cual, como ya se ha mencionado anteriormente, coincide con la etapa de desarrollo en el ser humano considerada como adolescencia.

Por otro lado, también es relevante tener en cuenta cuales son los hábitos sexuales de los jóvenes mexicanos, lo cual se puede observar a

través de éste video realizado por MSN Noticias (2013) : <http://video.mx.msn.com/watch/video/imesex-revela-habitos-sexuales-de-jovenes-mexicanos/2j6oj5e9m> que arroja los resultados de una encuesta aplicada en el 2012, por el Instituto Mexicano de Sexología, A.C. (IMESEX).

Algunos de los datos que podemos encontrar en dicho video son que el 57% de jóvenes no usa condón, el 73% de los entrevistados ha mantenido relaciones sexuales al menos una vez bajo los efectos del alcohol, entre muchos otros datos relevantes. (El Universal, 2012).

Estando contextualizados en el tema de la sexualidad en México, ahora si se abordarán las campañas de Sexualidad Responsable que se han lanzado en nuestro país, naturalmente no se abordarán el cien por ciento de ellas, puesto que hay que tomar en cuenta que cada estado de la república lanza campañas locales, además de que no todas son o fueron tan conocidas o fáciles de acceder, sin embargo, tras una extenuante búsqueda bibliográfica y electrónica, esto fue lo más sobresaliente que se logró hallar.

Se hará un recorrido por el tiempo, de las campañas más antiguas a las actuales, donde se podrá ir notando la transición en cuanto a contenidos, formas, colores, léxico, entre otros. No cabe duda que recordar es vivir, y muchas de estas campañas con seguridad lograrán revivir viejos tiempos.

Situémonos en el año de 1980, donde el gobierno, a través del Consejo Nacional de Población (CONAPO) publica un comercial, que si bien, aún no habla de una sexualidad responsable como tal, se acerca en algo al tema refiriéndose a la planificación familiar y la asesoría gratuita de la misma, que los ciudadanos pueden pedir en instituciones como el IMSS o el ISSSTE. El

link donde se puede observar dicho comercial es:  
<http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=SQNmvdVgpeU&feature=endscreen>

La CONAPO es quien desde ahora y en adelante lanzará la mayoría de las campañas de sexualidad responsable gubernamentales, puesto que esta institución espera que a través de dichas campañas la tasa de población en México disminuya significativamente.

En el mismo año, Productos PROFAM lanza un comercial que a través del famoso futbolista del Club Guadalajara, Nacho Calderón, trata de hacer conciencia a que es necesario que las parejas planifiquen su familia, y que además es fácil hacerlo, simplemente habría que usar productos anticonceptivos para prevenir el embarazo:

<http://www.youtube.com/watch?v=DSTIaKKppi0>.

Para 1986, de acuerdo con Tatiana.Info (2006) la Universidad de John Hopkins, lanza una campaña a nivel Latinoamérica sobre paternidad responsable, la cual fue promovida por la cantante Tatiana y el “ex menudo” Johnny Lozada.

Ellos grabaron dos canciones, ambas referentes a la importancia de vivir la sexualidad cuando fuera el momento correcto y no por un simple “arranque de hormonas”. La primera titulada “Cuando estamos juntos” <http://www.youtube.com/watch?v=i0itcSdwujMy> y “Detente” <http://www.youtube.com/watch?v=bMedcO0w154>.

Ambas canciones se volvieron hits entre los adolescentes y jóvenes, lo

cual habla de que hubo una adecuada difusión, y el mensaje logró alcanzar a la población deseada, sin embargo, la realidad es que más allá de que la canción se refiera a que hay que llevar la sexualidad de una manera tranquila y “todo a su tiempo”, en ningún momento enseña cómo prevenir embarazarse o contagiarse de una enfermedad de transmisión sexual (ETS). Tampoco nos menciona las consecuencias de lo que puede pasar al no “hacer caso” del contenido de las canciones.

Más adelante, en el año de 1991, la CONAPO nuevamente lanza un comercial donde niños de aproximadamente 4 años de edad, hablan de lo que “ellos piensan”, acerca de que lo importante no es que sus papás les den muchos hermanos, sino que sepan “cuantos y cuando tenerlos” para que así puedan tener una vida mejor. Ver en:

<http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=bKT7AqYXz1s&feature=endscreen>.

Nuevamente se puede observar como únicamente tratan de hacer conciencia de la importancia de la planificación familiar, sin tomar en cuenta que seguramente un porcentaje alto de la población mexicana está incorrectamente informado de cuáles son las opciones que tiene para prevenir embarazos o ETS.

De acuerdo con PortalSIDA, a partir del año de 1998, la Asociación Civil Colectivo Sol, debido a la preocupación que le crea darse cuenta de la dificultad de dar información sobre sexualidad responsable en ciudades grandes, en las comunidades aún más, puesto que muchas veces es difícil acceder a través de los Centros de Salud, por lo que crea el “Condomovil” que inspirado en el “Papamovil”, lleva información de prevención sobre sexualidad, ETS y embarazos no planeados, así como preservativos y

lubricantes a zonas donde el acceso de esto es limitado.

El Condomovil sigue funcionando en la actualidad, lo que ha logrado que ya se hayan recorrido cien mil kilómetros (equivalentes a dos vueltas y media al mundo), dando información en veinticinco estados de la República Mexicana y más de cuarenta municipios. El contenido de esta campaña es integral, trata de hacer significativa la información que le reparten a los adolescentes, jóvenes y adultos, lo cual es lo que hará que realmente tenga funcionalidad.

Por otro lado, en el año 2000, nuevamente CONAPO, crea una mega campaña, con dos anuncios televisivos, el primero llamado “El Recreo”, ver en : <http://www.youtube.com/watch?v=U9Dd8m-83O8el> el cual sitúa a tres chavos hablando de lo impactante que es que en el 2000 nacieron trescientos sesenta y seis mil niños de madres adolescentes, lo que lleva a discutir entre ellos que no hay excusas para que esto suceda, puesto que ahora recibir información de cómo llevar a cabo una sexualidad responsable es sencillo, ya que hay instancias que pueden proporcionarte dicha información, tales como hospitales o profesores.

Este comercial trata de hacer empatía con los adolescentes y jóvenes al usar un lenguaje más “cotidiano” (por cierto no logrado con éxito, ya que se ve sobreactuado), de igual manera quiere hacer ver a los chavos que el tener “pena” de hablar sobre esos temas es natural, pero que de todos modos hay que informarse, sin embargo, no te da datos específicos de a dónde acudir por esa información. Hay que ser realistas en que la etapa adolescente no se caracteriza por una responsabilidad e interés por dotarse de información y llevar una práctica sexual responsable.

Imagen 3.1 El Condomovil



Fuente Facebook.com/Condomovil

El otro comercial que conforma la campaña de CONAPO en el 2000 es el llamado “Prueba de Amor” (ver en:

<http://www.youtube.com/watch?v=KtlQCy9aNDY>) que muestra a tres compañeros haciendo la tarea en casa de alguno de ellos y de fondo, en la cocina, los papás de éste. Los compañeros sostienen una plática donde cuentan que la pareja de una amiga de ellos le pidió “la prueba de amor”, comentario que provoca que el papá tire el agua que estaba sirviéndose en la cocina. Al mismo tiempo, los chicos mencionan que no es correcto que tu pareja te presione, pero sobre todo que es necesario hacer lo que uno siente sin pena o temor, comentario que provoca que el papá intervenga diciéndoles que le da gusto que ellos puedan hablar de “esos” temas.

Si bien es cierto que en este comercial se habla de la sexualidad ya no

solo en un contexto biológico, sino también emocional, es importante hacer énfasis en que trata el asunto de la sexualidad con ligereza, en un supuesto de que hablar del tema con tu pareja o frente a tus padres es algo sencillo y natural, olvidando nuevamente que para esos años, el tema de la sexualidad era un tabú apenas destapándose. Además de que en la etapa de la adolescencia, donde la identidad se está conformando, es difícil tener la convicción de saber qué es lo que se quiere y como tener la madurez de poder decir “no”, sin antes tener una educación completa donde el adolescente conozca los cambios físicos, sexuales, psicológicos y sociales por los que está atravesando, así como comprender que la sexualidad en la adolescencia traerá consecuencias biológicas, psicológicas y sociales tanto positivas como negativas, de acuerdo a si la llevas de una manera responsable o no.

Por otro lado, siguiendo el curso del Condomovil, a partir del año 2006 (y hasta la fecha) la Asociación civil El Colectivo Sol y el Consejo Nacional para la Prevención y Contra el SIDA (CONASIDA) crean un proyecto llamado “Las Condoneras” el cual está enfocado a proporcionar información sobre prevención y la salud sexual. El proyecto comenzó siendo únicamente por cinco meses, en los cuales, personas vestidas con trajes vistosos y capacitadas previamente en temas de sexualidad responsable, ETS y VIH, , saldrían a lugares importantes de la Ciudad de Mexico como la Glorieta de Insurgentes o la Alameda Central a repartir información al respecto, condones y lubricantes. (Cimacnoticias, 2006).

Dicha campaña busca fortalecer la cultura del auto cuidado, es decir, que se lleve a cabo una sexualidad responsable desde la adolescencia y hasta la edad adulta. La manera amigable y real en que imparten la

información puede ayudar a que ésta sea mejor comprendida y difundida de boca en boca (como comúnmente lo hacen los adolescentes).

El Gobierno del Distrito Federal, comandado por Marcelo Ebrard, arrancó la campaña “No te embarques, planea tu vida”, la cual distribuyó diez millones de condones y un millón de materiales de difusión sobre métodos anticonceptivos, embarazos no deseados y ETS. (El Universal, 2008).

Brigadas de jóvenes previamente capacitados en temas de sexualidad responsable, acudieron a lugares concurridos como el Vive Latino, calles del Centro Histórico, Centros Comerciales, y metros de la línea 2 y 3 como Bellas Artes, Zócalo, Hidalgo o Pino Suárez.

Imagen 3.2 Las Condoneras



Fuente Google Images “Las Condoneras”, 2012

El contenido de esta campaña ya es más empático con la realidad del adolescente, es decir, no solo se les hablan de que existen métodos

anticonceptivos para prevenir embarazos o ETS, sino que se les proporcionan y se les explica su uso, sin embargo, creo que aun falta esta educación integral de la sexualidad responsable, donde se abarquen tanto aspectos físicos como psicológicos y sociales.

Hay que resaltar el hecho de que es preocupante que campañas federales se difundan únicamente vía on line, puesto que aún existe población mexicana que no tiene acceso a una computadora y mucho menos al internet, por lo que no será un mensaje que alcance a la población adolescente, lo cual seguramente no se verá reflejado en una disminución estadística en cuanto a embarazos no deseados, contagios de ETS, entre otros.

Para el año del 2011, el Gobierno del Distrito Federal una vez más lanza la campaña denominada "No te embarques, planea tu vida", la cual se componía de videos exhibidos en cines, una página de internet (Ver en: [www.usalo.df.gob.mx](http://www.usalo.df.gob.mx)) con información sobre interrupción legal del embarazo, equidad de género y programas de salud sexual y reproductiva. (Milenio, 2011).

Con dicha campaña, el jefe de gobierno pretendía lanzar el mensaje de que "Hay que vivir la juventud con plenitud, la sexualidad debe ser algo que conozcamos de manera cotidiana, debemos tener la información, las mujeres son dueñas de su cuerpo, lo varones también y somos libres y la libertad es la base de la felicidad humana". (Noticieros Televisa, 2011).

Con referencia a dicha campaña, el Secretario de Salud del Distrito Federal, Armando Ahued, explicó: "En nuestro país, anualmente, se

embarazan 470 mil adolescentes, y el 80 por ciento no lo deseaban, a estas crudas cifras hay que agregar que a nivel nacional existen 26 mil 200 personas que viven con VIH-Sida, de las cuales cuatro mil 786 son casos del Distrito Federal".

Es impactante la cifra de embarazos no deseados que se arrojaron para dicha campaña. Se podría pensar que es "increíble" que haya tantos embarazos no deseados o infecciones de ETS si ya hay "tanta" información al respecto, sin embargo, esto simplemente recalca que algo se está haciendo inadecuadamente, quizá la información existe, pero no se está haciendo significativa en los adolescentes, por lo que no la pondrán en práctica de modo "cotidiano", como el ex jefe de gobierno Marcelo Ebrard mencionó que esperaba que se hiciera.

De acuerdo con Excelsior (2012) para el siguiente año se continuó con la campaña, cambiándole únicamente el nombre por "Úsalo (nosotros te lo regalamos)". Con ésta se pretendió tener un contacto directo con los jóvenes en el cual se puedan resolver dudas que quizá en casa o en la escuela no son resueltas, y que son necesarias para llevar una sexualidad responsable, tales como los cambios que registra su cuerpo e inquietudes en torno al inicio de su vida sexual.

Siguiendo la misma línea, entre el 2011- 2012, Televisa (2012) inicia sus campañas "Todo es Mejor en Familia" que pretendía destacar la importancia de ésta, que es donde forjamos nuestros valores, por lo que a través de dicha campaña se abordaron temas de suma relevancia social como lo es hoy en día llevar a la práctica una sexualidad responsable.

La campaña consistió en transmitir un video: <http://www.youtube.com/watch?v=XQZX01U8pGM> que habla acerca de lo importante que es que los papás estén informados sobre el tema de la sexualidad y hablen de esto con sus hijos adolescentes. Ésta se difundió en televisión abierta y de paga, notas y comentarios en noticieros, cápsulas especiales en programas unitarios, contenidos a favor de la familia en las telenovelas, reportajes en las revistas de editorial televisa, contenido de la familia en la programación del mundial de Sudáfrica y en Televisa Interactive.

Si bien, esta campaña es importante puesto que tuvo amplios recursos para poderse difundir en todo el país y así tener un amplio alcance de población, careció de información que dote de herramientas para saber más acerca de cómo llevar a cabo una sexualidad responsable.

En la misma línea CONAPO en el 2011 y 2012 lanza la campaña “Protege T”, que pretende hacer conciencia a los adolescentes y jóvenes sobre las consecuencias de tener sexo sin protección. La campaña muestra seis diferentes mensajes consecuenciales que de una manera realista muestran el resultado de un embarazo no planeado y de las ETS. Ver en: <http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=v6oHIRidLME&feature=endscreen>.

Esta campaña se difundió en cines, andenes y vagones del metro, redes sociales de la CONAPO y “spots” de tv y radio, este último en doce lenguas indígenas que se difundieron en redes locales para poder tener acceso a las comunidades rurales-indígenas. (CONAPO, 2013).

La campaña recién nombrada, tiene gran relevancia para el país, puesto que desde hace once años no había una “megacampaña” en México

que hablara sobre sexualidad responsable y que además fuera enfocada sobre todo a los adolescentes, que son el grupo más vulnerable en cuanto a riesgos en la práctica sexual se refiere. (Juventudes y Derechos Humanos, 2011).

A diferencia de campañas lanzadas con anterioridad, ésta se nota más estandarizada, ya que usa un lenguaje y situaciones con la que los adolescentes efectivamente se pueden ver identificados, pues lo pueden ver en la vida real con sus amigas embarazadas que viven en casa de los suegros, o con las que ya no pueden salir los fines de semana por que tienen que cuidar al bebé, sin embargo, quizá sería importante que en dicha campaña se enseñaran los métodos anticonceptivos que pueden tener mayor funcionalidad para ellos pero sobre todo, la forma de usarlos.

La campaña “Protege T”, tomó en cuenta que si bien, según el dirigente de la CONAPO la tasa de fecundidad adolescente había disminuido en los últimos años, si estaba por encima de naciones desarrolladas, es decir, en México la fecundidad de las mujeres entre quince y diecinueve años es de cincuentaisiete nacimientos por cada mil, mientras que en países europeos la tasa es de treinta (Juventudes y Derechos Humanos, 2011).

Mientras tanto, en el 2012 el Instituto Nacional de Juventud (INJUVE) lanza las llamadas Brigadas de Salud Sexual, donde a través de diversos juegos, actividades artísticas, recreativas y talleres, se les proporciona a los adolescentes y jóvenes información básica sobre salud sexual y reproductiva. Dichas brigadas se llevan a cabo en lugares públicos de gran afluencia como lo son secundarias, preparatorias, Zócalo y Monumento a la Revolución. (Facebook/saludinjuve, 2012).

El INJUVE es una institución con la que sin duda los adolescentes se pueden identificar ya que es creada para gente como ellos, compuesta además por gente “joven”. Asimismo esta institución trata que a través de la didáctica se aprenda y entienda como llevar una sexualidad responsable, pero sobre todo, la importancia de hacerlo.

Pero en ese año, no solo las instancias públicas realizaron campañas de sexualidad responsable. Farmacias Similares creo la campaña “Condón Si, SIDA No”, que a la fecha sigue viéndose en espectaculares de avenidas importantes como lo son Insurgentes, Eje central y Circuito. Donde se muestra a una chica con ropa interior y la caja de los “condones Simi”.

Además de eso, se proporciona una página de Internet: <http://www.simicondon.com/haztelaprueba.html> donde se encuentran desde la variedad de condones que Simi ofrece, hasta la manera de colocarse uno, las pruebas de laboratorio que se ofrecen para poder llevar una sexualidad responsable, así como test para saber si presentas algún problema relacionado con la sexualidad y un foro donde expertos y adolescentes hablan de temas de interés como “juegos homosexuales” o “mi mamá me cachó masturbándome”. (Simicondón, 2012).

El que Simi enseñe cómo ponerse un condón es algo de suma relevancia, puesto que eso es lo que realmente los adolescentes necesitan saber, es decir, aunque es importante que sepan que existe el condón y que te puede proteger tanto de embarazos no deseados como de ETS, esa información de nada sirve si a la hora de llevar una práctica sexual no tienen idea de cómo usarlo correctamente. Además me parece excepcional que hablen en su página de temas que pueden parecer “fuertes” pero que son

una realidad que hoy en día el adolescente enfrenta, sin embargo, a la misma vez me suena alarmante que una “botarga” que no es real, esté enseñándole a los adolescentes lo que deben saber de sexualidad responsable.

Imagen 3.3 Campaña “Condón Si, SIDA No”



Fuente: Google Images. Condón Simi, 2013

En el 2012 también condones Trojan hizo su contribución al realizar la campaña “Trojanpa’ la Banda” que basándose en cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y ONUSIDA que arrojan que más del noventa por ciento de los casos de VIH son transmitidos por vía sexual, en donde un poco más del sesenta por ciento se registra en jóvenes de diecisiete a diecinueve años y que cerca de dieciséis millones de adolescentes entre los quince y los diecinueve años dan a luz cada año, deciden apoyar a los adolescentes con esta campaña.(Onda elástica, 2012).

Condomes Trojan donó ochocientos mil condones a tres instituciones privadas relacionadas con la prevención del embarazo y las ETS: la Fundación Mexicana para la Lucha contra el Sida A.C., la Fundación

Mexicana para la Planificación Familiar A.C. (MEXFAM) y Ave de México, quienes sobre todo reparten los condones en comunidades de bajos recursos, se lanzó una convocatoria para que escuelas secundarias y bachilleratos concursaran realizando un cartel, foto o video donde se expresara ¿Por qué es mejor hacerlo con Trojan? mandándolo a: <http://www.facebook.com/trojanmxpara> para ganar un concierto de Molotov y una plática de sexualidad responsable con la especialista Olmedo. (Gente Joven, 2012).

Asimismo, Luis Arturo Cruz, director de servicios médicos MEXFAM, mencionó lo relevante de ésta y otras campañas, puesto que señaló que aunque noventaicinco por ciento de los jóvenes mexicanos dicen conocer por lo menos un método anticonceptivo, menos de la mitad lo usan en su primera relación sexual.

Además menciona que de acuerdo con datos del Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/SIDA, cuarenta y nueve por ciento de las personas que viven con VIH tienen entre quince y treinta y cuatro años de edad, mientras que uno de cada cuatro embarazos ocurre en adolescentes, esto último según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). (Notiese, 2012).

El que se les haga llegar a los jóvenes un método anticonceptivo como el condón es positivo, ya que seguramente muchos adolescentes no lo adquieren por pena, por no contar con los recursos económicos o no lo usan por no tenerlo a la mano, sin embargo una vez más es importante mencionar que no es suficiente que únicamente se les proporcione sino que se dé todo el contexto del ¿por qué?, ¿como para qué funciona?, ¿por qué es

importante usarlo? y ¿cómo se debe de usar?

Por último, en este año, el Gobierno del Distrito Federal (GDF, 2013) continúa con una campaña que comenzó desde el 2008 acerca de Vacunación contra el Virus del Papiloma Humano (VPH) a niñas de entre once y trece años, con la finalidad de que se aplique antes de que tengan su primera relación sexual. Éste es uno de los programas de prevención más importantes que ha lanzado el GDF.

El GDF (2013) explica que el VPH es un virus de transmisión sexual que puede causar el cáncer cérvico uterino que es una de las principales causas de muerte en mujeres alrededor del mundo, cobra aproximadamente doscientos noventa mil vidas. Tan sólo en América Latina, se estiman treinta mil muertes anuales y en México se registraron cuatro mil doscientos setenta defunciones en 2005. En el 2009, el Distrito Federal presentó trescientos veintidós decesos, siendo veintitrés por ciento mujeres en edad reproductiva.

En conclusión es importante reflexionar que aunque todos tenemos derecho a ejercer una sexualidad plena no podemos ni debemos olvidar la responsabilidad que conlleva tener una vida sexual activa, en especial si se está tratando de dotar a los adolescentes de una formación integral de sexualidad responsable, pero sobre todo, es relevante tener presente que no es lo mismo dar una educación que haga significativo el conocimiento a únicamente dar información, y más cuando el contenido va dirigido a adolescentes quienes aún no entienden claramente la riqueza que implica la sexualidad humana.

# CAPÍTULO 4

## METODOLOGÍA

#### 4.1 Planteamiento del Problema

Las campañas de sexualidad responsable han sido un tema polémico a lo largo de los años, claro ejemplo de esto son los movimientos feministas en el siglo XX que quieren dejar a un lado el tabú y prejuicio de que las campañas de anticoncepción y educación sexual no son más que una promiscuidad disfrazada, sin embargo, a pesar de esto aun en la actualidad es complicado incidir en la mentalidad de una cultura como la mexicana, donde el machismo y el papel de la mujer como dadora de placer y vida van peleadas una de otra.

Incluso en mi experiencia como Orientadora Educativa de la Universidad Insurgentes, Plantel Ermita (UIN Ermita) encontré con asombro que aquellas alumnas que hablaban de una manera abierta sobre como ejercen su sexualidad (llevándola responsablemente o no) son tachadas tanto por sus compañeros y compañeras como “fáciles”, “zorras” y algunos otros adjetivos más.

Desde la visión de los hombres ellas sirven para el “relajo”, sin embargo, no son el tipo de chica con las que les gustaría establecer una relación “seria”. Caso contrario en los hombres, donde aquel que se presenta como alguien sexualmente activo (de manera responsable o no) se percibe ante los ojos de la mayoría de las chicas como alguien que desean como pareja, sin ponerle etiquetas como “zorro” o “ligero”, sin pensar en que él puede ser igualmente un foco de infección para alguna de las Enfermedades

de Transmisión Sexual (ETS) o embarazo.

Pero más allá de esto, es motivante para realizar esta investigación el entender por qué a pesar de que se realizan campañas de sexualidad segura por parte de la iniciativa pública llámese SSA o INJUVE, hasta la privada como lo ha hecho la televisora Televisa, entre otras más que se abarcarán en el Capítulo 3, aun no se logra el efecto deseado, es decir, disminuir significativamente el embarazo no planeado y las enfermedades de transmisión sexual, a través de una concientización de la situación. A continuación se muestran unas tablas y gráficas donde a simple vista se puede observar lo anteriormente dicho (Tabla 4.1 a 4.4):

Tabla 4.1 Distribución porcentual de la población por grupo quincenal según sexo 1970, 1990 y 2000.

Edad	1970		1990		2000	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
0-4	8.3	8.6	6.2	6.4	5.5	5.7
5-9	7.9	8.2	6.5	6.6	5.8	5.9
<b>10-14</b>	<b>6.5</b>	<b>6.8</b>	<b>6.4</b>	<b>6.5</b>	<b>5.6</b>	<b>5.7</b>
<b>15-19</b>	<b>5.3</b>	<b>5.2</b>	<b>6.1</b>	<b>5.9</b>	<b>5.3</b>	<b>5.1</b>
20-24	4.4	4	5.1	4.6	5	4.5
25-29	3.5	3.3	4.2	3.8	4.5	4
30-34	2.7	2.7	3.5	3.2	3.9	3.5
35-39	2.6	2.6	2.9	2.7	3.5	3.2
40-44	2	2	2.2	2.1	2.8	2.6
45-49	1.7	1.7	1.9	1.8	2.2	2.1
50-54	1.2	1.2	1.5	1.4	1.8	1.7
55-59	1.1	1	1.2	1.1	1.4	1.3
60-64	1	0.9	1	1	1.2	1.1
65-69	0.7	0.7	0.8	0.7	0.9	0.8

70-74	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.6
75-79	0.3	0.2	0.4	0.3	0.5	0.4
80-84	0.2	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2
85 y mas	0.2	0.1	0.3	0.2	0.3	0.2

Fuente: INEGI censos generales de población y vivienda, 1970, 1990 y 2000

Tabla 4.2 Tasas de fecundidad por edad para años seleccionados, 1974 - 2000.

Grupos de edad	1974	1982	1992	1997	2000
<b>15-19</b>	<b>0.1314 (5)</b>	<b>0.1112 (2)</b>	<b>0.083 (0)</b>	<b>0.0766 (6)</b>	<b>0.0604 (4)</b>
<b>20-24</b>	<b>0.28081 (1)</b>	<b>0.2244 (4)</b>	<b>0.1682 (2)</b>	<b>0.14 (0)</b>	<b>0.1268 (8)</b>
25-29	0.28493 (3)	0.2089 (9)	0.1602 (2)	0.1432 (2)	0.1296 (6)
30-34	0.25011 (1)	0.1666 (6)	0.1159 (9)	0.0978 (8)	0.0943 (3)
35-39	0.17625 (5)	0.115 (0)	0.0708 (8)	0.0557 (7)	0.0514 (4)
40-44	0.08241 (1)	0.0481 (1)	0.0252 (2)	0.0135 (5)	0.017 (0)
45-49	0.01648 (8)	0.0096 (6)	0.0052 (2)	0.0028 (8)	0.0034 (4)

Fuente: estimaciones del Consejo Nacional de Población con base en las encuestas nacionales demográficas.

Tabla 4.3 Adolescentes\* usuarias de métodos anticonceptivos por tipo de localidad México 1997.

Localidad	Año 1997
Rural	100,134
Urbana	279,588
Total	379,722

En las tablas 4.1 a 4.4 se puede observar cómo a pesar de que actualmente se cuenta con información sobre métodos anticonceptivos y embarazos no planeados, el porcentaje de adolescentes que utilizan dichos

métodos y previniendo ETS y embarazos no es significativa en comparación a las cifras de años atrás donde no se tenía la información y el acceso que hoy en día la mayoría de los adolescentes tienen. Tomando en cuenta que la población en 1970 era mayor que en el 2000 tal como lo dice el INEGI.

Tabla 4.4 Adolescentes\* usuarias de métodos anticonceptivos prométodo México 1997.

Adolescentes usuarias	379,722
Porcentaje	7.6
Pastilla	53,085
Dispositivo intrauterino	168,703
Operación femenina	3,097
Operación masculina	507
Inyecciones	40,592
Preservativos y espermaticidas	39,124
**Métodos tradicionales	74,067
Otros métodos	547

Fuente: 1997: INEGI. Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica1997. México 1999. Base de Datos.

\* Mujeres comprendidas entre 12-19 años edad

\*\*Métodos tradicionales: Abstinencia periódica y Coito Interrumpido

Toda esta problemática lleva a analizar la actitud que tienen los jóvenes y adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable. Buscando entender si este punto es el que influye a la falta de uso de ello.

Es pues importante retomar que una actitud es un constructo

psicosocial, que se refuerza a partir de la percepción, la cual predispone una conducta hacia un objeto o situación determinada, por lo cual, en psicología, las actitudes se encuentran íntimamente interrelacionadas con conceptos como la motivación, que permite comprender a la actitud como una fuerza impulsora. También se considera a éstas como parte del instrumento psicológico que ayuda a explicar y modificar la conducta.

Este planteamiento en relación a las actitudes demuestra la necesidad e importancia de medirla, puesto que influirán notoriamente en el comportamiento y/o reacciones de las personas ante los hechos que se presentan en su vida.

Entonces pues, el impulso de esta investigación es encontrar ¿Cuál es la actitud de los adolescentes ante las campañas de Sexualidad responsable?

## **4.2 Pregunta de Investigación**

¿Cuál es la actitud que tienen los adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable en de la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos?

¿Cuáles son las características que debe tener un programa de intervención para padres e hijos sobre sexualidad responsable?

## **4.3 Objetivos**

- **Objetivo General**

Conocer la actitud que los adolescentes de la Universidad Insurgentes,

Plantel Álamos (UIN Álamos) tienen con respecto a las campañas de sexualidad responsable.

- **Objetivos Específicos**
  - Investigar cómo influye la actitud de los adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable en la incidencia de embarazos.
  - Ubicar el papel de la actitud de los adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable sobre las enfermedades de transmisión sexual (ETS).
  - Investigar la relación entre la actitud de los adolescentes y el uso de los diferentes métodos anticonceptivos.

#### **4.4 Hipótesis**

Puesto que la investigación que se lleva a cabo es de tipo mixta, las siguientes hipótesis se plantean para la parte cuantitativa de la tesis.

- **Hipótesis de trabajo**  
Existe una actitud positiva ante las campañas de “sexualidad responsable” en los adolescentes de la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos (UIN Álamos).
- **Hipótesis nula**  
Existe actitud negativa ante las campañas de “sexualidad responsable” en los adolescentes de la Universidad Insurgentes Plantel Álamos (UIN Álamos).

## 4.5 Justificación

La investigación que se lleva a cabo tiene como propósito medir cuál es la actitud de los jóvenes y adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable, y con base en dichos resultados crear una propuesta de campaña de sexualidad responsable para los alumnos de una escuela preparatoria.

Dicho estudio permitirá obtener la información necesaria para poder crear una propuesta de campaña de sexualidad responsable dirigida a los alumnos de nivel bachillerato de la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos (UIN Álamos) puesto que en la experiencia de los diferentes profesionales dirigidos a la orientación escolar y la personal como orientadora educativa de la Universidad Insurgentes, Plantel Ermita, con alumnos del mismo nivel educativo, me dio la oportunidad de percatarme que los alumnos no están recibiendo la información pertinente con respecto al tema.

Algunos incluso desde la secundaria no tienen un encuentro directo con sesiones informativas de sexualidad responsable ni en su hogar y mucho menos en la escuela, y aunque utilizan el discurso de tener un manejo pleno de los métodos anticonceptivos para evitar embarazo y ETS, la realidad es que en la práctica otra cosa es la que se refleja.

Como parte de mis funciones como Orientadora era inquietante que los alumnos no estuvieran recibiendo la información por los canales de comunicación adecuados, por lo cual, como resultado de esta investigación se espera tener los elementos necesarios para poder generar una campaña que sea no solo informativa sino significativa tanto para los alumnos como

para sus padres e incluso para docentes, quienes ejercen un rol fundamental en la formación del alumno adolescente.

Este tema llama la atención debido a que es interesante observar que a pesar de que diversas instituciones como la Secretaría de Educación Pública (SEP), Secretaría de Salud (SSA), Consejo Nacional de la Comunicación, Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE), entre otras, han creado y difundido diversas campañas de sexualidad responsable, éstas no llegan de la manera deseada a los adolescentes y jóvenes debido a factores como el medio de comunicación que eligen para lanzar dichas campañas, un ejemplo de esto es el uso de la radio para dar difusión, dejando de lado que éste es un medio masivo de comunicación actualmente poco utilizado por ellos, contrario a esto, otros medios como redes sociales como facebook y twitter están en uso constante e incluso en aumento, otro factor es que en definitiva la actitud con la que reciben dichas campañas no es la esperada, puesto que los embarazos y enfermedades de transmisión sexual en esta población sigue proliferando.

Es importante abordar un tema que resulte una contribución a la psicología, en el sentido de que existirá información más profunda y específica del porqué las campañas de sexualidad responsable en México no están obteniendo el resultado deseado.

Por otro lado, hay que destacar que esta investigación pueda ser útil no solo para los profesionistas inmersos en el área de la psicología, sino para todo tipo de persona que esté interesada en el tema, ya sea que trabajen en MMC o que laboren en escuelas con esta población, en fin, cualquier tipo de lector que esté interesado en sumergirse en ello.

Debido a que se desarrollará el tema de la actitud de los adolescentes ante las campañas de sexualidad responsable en la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos (UIN Álamos), es importante poder aportar algo a dicha institución, por lo cual, el resultado que arroje la investigación se busca ayudar a la creación de una propuesta de campaña para los alumnos en edad adolescente de esta institución, ayudando a las personas que laboran ahí, dándoles herramientas para que intervengan y fortalezcan el área de la “sexualidad responsable”. No solo informado sino dando seguimiento y respuesta a las necesidades de los adolescentes.

Así mismo con la información que arroje dicha investigación se pueden tomar medidas preventivas como lo es el abordar la información de sexualidad responsable de una manera que resulte significativa para los adolescentes, así como de forma integral, es decir, incluyendo no solo a los adolescentes sino a los padres y profesores, quienes son las personas más cercanas a ellos en dicha etapa, lo cual podrá arrojar resultados favorables en próximas generaciones de la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos (UIN Álamos).

Otra de las motivaciones de realizar esta investigación es que puede aportar un apoyo útil para los padres de familia, a quienes también serán contemplados en la campaña para que logren manejar y proyectar la información que reciben de este tipo de campaña e incluso de las escuelas. Creando espacios donde el padre y el hijo tengan la oportunidad de dialogar con respecto a estos temas, lo cual hará que la información llegue de manera uniforme a ambos.

Finalmente, otros usuarios de esta información pueden ser las

organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que buscan mejorar las campañas de sexualidad responsable dirigidas a adolescentes y jóvenes, de tal forma que la investigación se constituya en un aporte real de cinco sectores: los estudiosos de la psicología, las instituciones públicas y privadas, que incluso pueden ser agentes de cambio para proponer políticas públicas orientadas a direccionar de una manera más efectiva las campañas de sexualidad responsable en México, las escuelas (profesores y alumnos) y por último, a los padres de familia, quienes generalmente reciben la información, pero no crean una conciencia real de la situación.

#### **4.6 Tipo de Investigación**

Es una investigación de tipo mixta, que de acuerdo con Hernández Sampieri (2007) es aquella que implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos tanto cuantitativos como cualitativos, en un mismo estudio. Con lo cual, no se busca reemplazar a la investigación cualitativa ni a la cuantitativa, sino utilizar las fortalezas de ambas, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

Se utilizará un diseño de Dos Etapas, el cual es un modelo donde dentro de la investigación se aplica un enfoque y después el otro, y en cada enfoque se siguen las técnicas correspondientes a cada enfoque. (Hernández Sampieri, 2007).

#### **4.7 Muestra**

Se utilizó un muestreo *No Probabilístico*, que en palabras de Scharager (2001) es donde la elección de los elementos no depende de la probabilidad

sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo.

Será de tipo Incidental, que es aquel donde el investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso (los profesores de universidad emplean con mucha frecuencia a sus propios alumnos). Un caso particular es el de los voluntarios.

#### **4.8 Escenario de Aplicación**

La elección del escenario, la cual implica también a los actores del mismo, para llevar a cabo mi proyecto de investigación, fue encontrar sujetos que estudiaran el bachillerato y estuvieran en la etapa de adolescencia, ya que dichas personas con esas características son las que podrían arrojarme la información que necesitaba para poder en base a ello construir una propuesta de taller de Sexualidad Responsable que contuviera información pertinente de acuerdo a su perspectiva y dirigida hacia ellos. De igual manera, se tuvo acceso a la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos, por lo que se decidió que fuera ahí donde se aplicaría el Diferencial Semántico.

#### **4.9 Técnicas y Herramientas**

Con respecto a las Técnicas y Herramientas a utilizar, se optó por la aplicación de una herramienta cualitativa para generar una cuantitativa, es decir, un instrumento que permite recolectar información para la elaboración de la parte cuantitativa.

Se decidió elaborar un Diferencial Semántico (DS), debido a que con

éste se puede medir el significado de las palabras, no solo la significación más obvia, sino la sutilmente connotada. (Santos Sánchez, 1979).

El DS permite tener un instrumento de medición hecho por y para la muestra que se pretende medir. En este caso, se construyó uno que midiera la Actitud de los Adolescentes ante las Campañas de Sexualidad Responsable.

Aunque ya en el Capítulo 1 se había hablado de la actitud, antes de nombrar las fases seguidas para realizar el DS, era importante retomar que las escalas de actitud se pueden utilizar con tres objetivos (UDEA, 2001):

- 1) Para medir las características de una variable.
- 2) Para medir la dirección de una actitud, es decir, si es favorable o desfavorable. Así como si la intensidad es alta o baja.
- 3) Acercamiento indirecto hacia temas difíciles de manejar a través de técnicas indirectas de recolección de datos. (Por ejemplo el TAT).

Una vez mencionado lo anterior, Se explicarán las fases que se llevaron a cabo para construir dicho instrumento:

Fase 1: Se eligieron los indicadores que guiarían la construcción de los reactivos. Obteniendo lo siguiente:

- a) Actitud hacia la Sexualidad
- b) Adolescencia

- c) Actitud hacia Campañas Sociales de Comunicación (Sexualidad Responsable).

Una vez realizado lo anterior, se procedió a definir dichos indicadores:

- a) Actitud:

- Conceptual

Según Olson y Zanna (1993) la actitud se refiere a reacciones evaluativas favorables o desfavorables hacia alguien o algo, que se manifiesta en las creencias, los sentimientos, o el comportamiento deliberado. (Citado por Myers, 2000).

- Operacional

Una actitud es la predisposición, positiva, intermedia o negativa, hacia una experiencia, ya sea conocida o desconocida. Ésta está compuesta de tres elementos que son: lo que se hace (conducta), lo que se siente (emoción) y lo que se piensa (cognitivo).

- b) Adolescencia:

- Conceptual

Para Aberasturi (1988) la adolescencia es el proceso y desarrollo de cualquier ser humano, caracterizado por un estado de desequilibrio e inestabilidad, donde va a establecer su identidad.

- Operacional

La adolescencia es una etapa en la vida de un ser humano entre la

niñez y la adultez. Esta etapa es en la que se manifiestan en las personas, ocurrencia de cambios físicos y psicológicos.

c) Sexualidad

- Conceptual

La CONAPO, define la sexualidad como el conjunto de manifestaciones y expresiones de tipo biológico, psicológico y socio-cultural que diferencia a cada individuo como varón y como mujer en un grupo social. (Citado por Aguilar Castillo, 1988).

- Operacional

La sexualidad se refiere a la forma de sentir, vivenciar y actuar que tenemos hombres y mujeres. Tiene que ver con nuestro cuerpo y las sensaciones que él nos genera desde que nacemos hasta la muerte.

d) Campañas Sociales de Comunicación (Sexualidad Responsable)

- Conceptual

Ocampo Lara (2003) menciona que las campañas sociales de comunicación son aquellas que estimulan programas dentro de comunidades diversas, persuadiendo e informando en diversos asuntos a las personas.

- Operacional

Las campañas sociales de comunicación son aquellas que no tratan de vender un producto, sino ofrecer medidas para el beneficio de la

sociedad a donde se apliquen, a través de brindar información y asesoría.

Debido a que el instrumento va enfocado a conocer la actitud de los adolescentes hacia el tema de las campañas de sexualidad responsable, se decidió que para obtener los adjetivos que se usarían en el instrumento se realizarían tres pasos:

- a) Elaborar un cuestionario exploratorio que se aplicó a una muestra de cuarenta sujetos con características similares a las que se usarían en la aplicación del instrumento, es decir, adolescentes que estudien el bachillerato y que tengan entre catorce y diecinueve años de edad.

Se les pidió que llevaran a cabo lo siguiente:

### Instrucciones:

A continuación se te leerán una serie de preguntas, en las cuales se te pide que respondas las primeras palabras que se te vengan a la mente. (10 adjetivos por pregunta aproximadamente).

Tus respuestas son privadas. Es muy importante que contestes a cada pregunta con la verdad.

Evita dejar preguntas sin responder. Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas.

Si tienes alguna pregunta no dudes en hacerla, sino, ¡Empieza a contestar!

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

1. ¿En qué piensas cuando se te menciona la palabra sexualidad?
2. ¿Cómo te enfrentas a tu sexualidad? ó ¿Cuándo te enfrentas a tu sexualidad que sientes-piensas?
3. ¿Cuándo se te menciona la palabra adolescencia que piensas?  
¿Has escuchado campañas de sexualidad Responsable? (Si menciona que no, se le nombrarán algunas para que vea que si conoce).
4. ¿Qué piensas de las campañas de Sexualidad Responsable?

Con las cuatro preguntas anteriores se obtuvieron un total de trescientos cincuenta y cuatro adjetivos.

- b) Los trescientos cincuenta y cuatro adjetivos obtenidos, fueron presentados a diez adolescentes, que contaran con las características ya antes mencionadas, y se les pidió que seleccionaran aquellos adjetivos que se les hicieran mas familiares, con la finalidad de que quedarán los más representativos y comunes, con lo que al finalizar este proceso quedaron ciento cuarenta y nueve adjetivos, repartidos de la siguiente manera (Tabla 4.5).

Tabla 4.5 Total de Adjetivos Obtenidos y Utilizados

ADJETIVOS	TOTAL	USADOS
SEXUALIDAD	91	39
ACT SEX	83	35
ADOLESCENCIA	98	39
ACT CAMPAÑAS	82	36
ADJETIVOS	354	149

- c) Se le pidió a cinco expertos (jueces) que revisaran las instrucciones, así como los adjetivos bipolares ya seleccionados, y se les invitó a eliminar aquellos que fueran similares, desconocidos, poco comunes o menos significativos, con lo cual, se obtuvieron los adjetivos finales a utilizar en la construcción del instrumento. Decidiendo eliminar aquellos adjetivos que tres jueces o más señalaran. (Tabla 4.6).

Una vez obtenidas las correcciones de los jueces se procedió a agrupar cada indicador con sus adjetivos bipolares, ya que de acuerdo con Psicología UNAM (2012) así se facilita el proceso de calificación, sin embargo, también existe la opción de colocar un indicador seguido de un adjetivo bipolar y luego otro indicador seguido de su adjetivo bipolar, combinándolos.

Tabla 4.6 Adjetivos Descartados Jueceo

ADJETIVOS	TOTAL ANTERIOR	DESECHADOS	TOTAL
SEXUALIDAD	39	3	36
ACT SEX	35	2	33
ADOLESCENCIA	39	0	39
ACT CAMPAÑAS	36	2	34
ADJETIVOS	149	7	142

A cada adjetivo bipolar que se conservó se le dio una escala para poder designar el grado afectivo que tiene el sujeto hacia el objeto de actitud.

Ejemplo:

La baja calidad de la educación en nuestro país se debe a la ineficiencia de los maestros

Verdad    \_\_\_    \_\_\_    \_\_\_    \_\_\_    Mentira  
                   2    1    -1    -2

Para evitar predisposiciones en las respuestas y asegurarnos de que la persona esté poniendo atención a la hora de contestar, es importante alternar los polos de la dirección de las escalas, es decir, la primera con el polo positivo a la derecha, la segunda con el polo positivo a la izquierda, procurando que todos los adjetivos bipolares tengan la mitad de los positivos del lado derecha y la mitad en el izquierdo. (Psicología UNAM ,2012).

Tabla 4.7 Final de Adjetivos

ADJETIVOS	TOTAL ANTERIOR	DESECHADOS	TOTAL
SEXUALIDAD	36	7	29
ACT SEX	33	4	29
ADOLESCENCIA	39	7	32
ACT CAMPAÑAS	34	5	29
ADJETIVOS	142	23	119

Por último, se prosiguió a pilotear el instrumento a treinta personas con características similares a las de la muestra final, es decir, adolescentes (entre catorce y veinte años), estudiantes de bachillerato. Con lo cual se

descartaron algunos otros adjetivos, tomando en cuenta los comentarios de dichos adolescentes. (Tabla 4.7).

Una vez llevado a cabo el proceso anteriormente desarrollado, se obtuvo el instrumento final que quedó constituido de la siguiente manera:

**Querido alumno**, lee las siguientes instrucciones con mucha atención.

**Instrucciones:**

Lee las afirmaciones atentamente, revisa todas las opciones y escribe una cruz (X) en el intervalo que sientas que más te hace pensar en el estímulo evaluado.

Evita dejar preguntas sin responder. Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas, cada uno de nosotros piensa y siente diferente.

Utiliza de preferencia un lápiz para contestar el cuestionario para que si te es necesario puedas borrar.

Tus respuestas son privadas. Nadie en la escuela conocerá tus resultados. Es muy importante que contestes a cada pregunta apegado a tu realidad.

Tienes 20 minutos para contestar el cuestionario, por lo que se te pide realizarlo con rapidez y no consultar respuestas anteriores.

**¡¡¡De antemano agradecemos tu cooperación!!!**

**Ejemplo de Respuesta:**

1. La baja calidad de la educación en nuestro país se debe a la ineficiencia de los maestros.

Verdad \_\_\_  \_\_\_ \_\_\_ Mentira

Como se mostró en el ejemplo anterior, si consideras que el enunciado está asociado con la verdad, aunque no es 100% cierto, entonces pondrás la cruz en la segunda raya.

Si por el contrario creyeras que es una total mentira, colocarías tu cruz en la línea final. Así:

1. La baja calidad de la educación en nuestro país se debe a la ineficiencia de los maestros.

Verdad \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  Mentira

Si tienes alguna pregunta no dudes en hacerla, sino, ¡Empieza a contestar!

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: Masculino

Femenino

1) CUANDO ME MENCIONAN LA PALABRA SEXUALIDAD PIENSO EN...					
AGRADABLE					DESAGRADABLE
INEXPRESIÓN					EXPRESIÓN
CURIOSIDAD					INDIFERENCIA
DELICADO					BRUSCO
TEMOR					VALENTÍA
UNIÓN					DESUNIÓN
ATREVIMIENTO					TIMIDÉZ

EMOTIVO					FÍSICO
DESAGRADO					PLACER
REFLEXIVO					IMPULSIVO
DESCONFIANZA					CONFIANZA
INHIBIRSE					EXPERIMENTAR
DESAMOR					AMOR
CÓMODO					INCOMODO
DIVERSIÓN					ABURRIMIENTO
EDUCACION					IGNORANCIA
GRUPAL					INDIVIDUAL
INSIGNIFICANTE					IMPORTANTE
RESPONSABILIDAD					IRRESPONSABILIDAD
SATISFACCIÓN					INSATISFACCIÓN
MIEDO					SEGURIDAD
PREVENCIÓN					DESCUIDO
IRRACIONAL					RACIONAL
FELICIDAD					INFELICIDAD
GUSTO					DISGUSTO
INMORAL					MORAL
ACEPTADO					RECHAZADO
DESCONOCIMIENTO					CONOCIMIENTO
ERÓTICO					PASIONAL

**2) VIVO MI SEXUALIDAD CON...**

SEGURIDAD					MIEDO
CERTIDUMBRE					INCERTIDUMBRE
LIBERTAD					DEPENDENCIA
NOVEDAD					RUTINA
TRISTEZA					ALEGRÍA
AGRESIÓN					ARMONÍA
TEMOR					ATREVIMIENTO
DIVERSIÓN					ABURRIMIENTO
EMOCIÓN					INDIFERENCIA
GUSTO					DISGUSTO
DESCONFIANZA					CONFIANZA
CUIDADO					DESCUIDO
DESINTERES					CURIOSIDAD
RESPONSABILIDAD					IRRESPONSABILIDAD
ATREVIMIENTO					TIMIDÉZ
DESILUSIÓN					ILUSIÓN

DESINFORMACIÓN					INFORMACIÓN
PASIÓN					APATÍA
TORPEZA					INTELIGENCIA
INDIVIDUALIDAD					PAREJA
PRUDENCIA					LOCURA
RELAJACIÓN					ANSIEDAD
INSENSIBILIDAD					SENSIBILIDAD
NERVIOSISMO					SERENIDAD
RESPECTO					FALTA DE RESPECTO
DESAGRADO					PLACER
DESCUIDO					PRECAUCIÓN
SIMPLE					COMPLICADO
TRANQUILIDAD					PREOCUPACIÓN

**3) PARA MÍ LA ADOLESCENCIA ES UNA EPOCA DE...**

ABSTENERSE					ARRIESGARSE
ALCOHOL					SOBRIEDAD
IRRESPONSABILIDAD					RESPONSABILIDAD
ENEMIGOS					AMIGOS
QUIETUD					INQUIETUD
CLARIDAD					CONFUSIÓN
DESAMOR					AMOR
INCOMPRENSIÓN					COMPRENSIÓN
INCOMUNICACIÓN					COMUNICACIÓN
CURIOSIDAD					INDIFERENCIA
DECISIÓN					INCERTIDUMBRE
DIVERSIÓN					ABURRIMIENTO
MIEDO					SEGURIDAD
EXPERIMENTAR					INHIBIRSE
INDEPENDENCIA					DEPENDENCIA
INOCENCIA					MALICIA
DESEQUILIBRIO					EQUILIBRIO
MADUREZ					INMADUREZ
LIBERTINAJE					LIBERTAD
AISLAMIENTO					SOCIALIZAR
OBEDIENCIA					REBELDÍA
RELAJACIÓN					ANSIEDAD
INESTABILIDAD					ESTABILIDAD
SUPERACIÓN					RETROCESO
TOLERANCIA					INTOLERANCIA

CAMBIOS DE HUMOR					ESTABILIDAD EMOCIONAL
COMPAÑÍA					SOLEDAD
DUDA					CONOCIMIENTO
ESTANCAMIENTO					CRECIMIENTO
TRANQUILIDAD					DESPERACIÓN
VALORACIÓN					DESPRECIO
VITALIDAD					APATÍA

**4) PIENSO QUE LAS CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE SON...**

ACCESIBLES					INACCESIBLES
ANTICUADAS					ACTUALES
CULTAS					INCULTAS
DIFUNDIDAS					DESCONOCIDAS
EFICIENTES					INSERVIBLES
INADECUADAS					ADECUADAS
CARENTES					COMPLETAS
PREVENTIVAS					CORRECTIVAS
CONVENCIONALES					CREATIVAS
EXISTENTES					INEXISTENTES
DESCONFIABLES					CONFIABLES
AYUDA					TRABA
VASTAS					ESCASAS
DESHONESTAS					HONESTAS
CLARAS					CONFUSAS
INSIGNIFICANTES					IMPORTANTES
PROFUNDAS					SUPERFICIALES
CONSERVADORAS					LIBERALES
RESPONSABLES					IRRESPONSABLES
SALUDABLES					INSALUBRES
DESINFORMATIVAS					INFORMATIVAS
ABURRIDAS					INTERESANTES
MMC* ADECUADOS					MMC* INADECUADOS
NOVEDOSAS					COMÚNES
OBJETIVAS					SUBJETIVAS
POSITIVAS					NEGATIVAS
INSEGURAS					SEGURAS
COMPLICADAS					SIMPLES
SUFICIENTES					INSUFICIENTES

MMC\* = MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Fase 2: Se aplicó el instrumento total de cien adolescentes de nivel bachillerato, tanto de sexo masculino y femenino, de entre catorce y diecinueve años de edad, en la Universidad Insurgentes, Plantel Álamos, el día viernes 24 de Mayo del 2013.

Se nos dio acceso a algunos salones (asignados por la orientadora del plantel) de diversos grupos de bachillerato, donde en principio se les explicaba que el instrumento tenía la finalidad de obtener información referente a las campañas de sexualidad responsable y que se aplicaba como parte de un trabajo de tesis que se estaba realizando.

Seguido de eso, se les hacía mención acerca de qué contestar el instrumento era opcional y que el que aceptaran o no responderlo, no intervendría en la cuestión escolar, por lo cual, se preguntaba a los alumnos quien quería apoyar en contestarlo. Se obtuvo una respuesta favorable, puesto que realmente fueron pocos los alumnos que optaron por negarse a responder el diferencial semántico.

Posteriormente se procedía a repartir un folder que contenía la prueba y una vez que todos tenían en sus manos el instrumento se leían grupalmente las instrucciones y se hacía nuevamente una explicación breve en el pizarrón.

Se preguntaba a los alumnos si tenían alguna duda, de ser así, se les explicaba, de lo contrario, se les daba “luz verde” para que empezaran a contestar el diferencial semántico (DS).

Por último, se les pidió que levantaran la mano cuando terminar de llenar el DS para pasar a su lugar y recogerlo.

Terminando el proceso de aplicación, se continuó a realizar la evaluación, y puesto que el análisis no es estadístico, únicamente se realizó un análisis porcentual por cada uno de los adjetivos de las cuatro preguntas que conformaban el diferencial semántico. Ya que previamente fueron asignados valores numéricos a las posiciones escalares, dando +2 al extremo favorable y -2 al extremo desfavorable del continuo bipolar, se prosiguió a evaluar las escalas de cada uno de los indicadores, lo cual nos arrojó la reacción de nuestros sujetos ante un concepto o estímulo.

Se agrupó cuanto por ciento contestó con un +2 o +1 y cuanto porcentaje lo hizo de manera negativa, es decir con -2 o -1.

Los resultados que se obtuvieron después de este proceso podrán ser observados en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 5  
RESULTADOS Y PROPUESTA DE CAMPAÑA

En este capítulo se verán reflejados los resultados que arrojó el aplicar el instrumento de medición de la actitud de los jóvenes hacia las campañas de sexualidad responsable. Asimismo, basándonos en dichos resultados se formuló un análisis porcentual que llevó a poder realizar una propuesta de campaña sobre sexualidad responsable dirigida a adolescentes estudiantes de bachillerato, que además de arrojarles información, ésta les fuera integral y significativa.

### **5.1 Descripción de Resultados**

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, el Diferencial Semántico fue aplicado a un total de cien alumnos, el día viernes veinticuatro de Mayo del 2013, a estudiantes de bachillerato de la Universidad Insurgentes Plantel Álamos, puesto que éstos son los que contaban con las características requeridas, es decir, adolescentes de entre catorce y diecinueve años de edad.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes (Tabla 5.1 a 5.4):

Tabla 5.1 Resultados en Porcentaje de Pregunta 1 del DS

PREGUNTA 1. CUANDO ME MENCIONAN LA PALABRA SEXUALIDAD PIENSO EN...	NO.		% POSITIVO	% NEGATIVO	
	1	AGRADABLE	95%	5%	DESAGRADABLE
	2	EXPRESIÓN	77%	23%	INEXPRESIÓN
	3	CURIOSIDAD	81%	19%	INDIFERENCIA
	4	DELICADO	74%	26%	BRUSCO
	5	VALENTÍA	76%	24%	TEMOR
	6	UNIÓN	90%	10%	DESUNIÓN
	7	ATREVIMIENTO	70%	30%	TIMIDÉZ
	8	EMOTIVO	59%	41%	FÍSICO
	9	PLACER	88%	12%	DESAGRADO
	10	REFLEXIVO	60%	40%	IMPULSIVO
	11	CONFIANZA	89%	11%	DESCONFIANZA
	12	EXPERIMENTAR	87%	13%	INHIBIRSE
	13	AMOR	90%	10%	DESAMOR
	14	CÓMODO	82%	18%	INCÓMODO
	15	DIVERSIÓN	93%	7%	ABURRIMIENTO
	16	EDUCACIÓN	94%	6%	IGNORANCIA
	17	INDIVIDUAL	68%	32%	GRUPAL
	18	IMPORTANTE	92%	8%	INSIGNIFICANTE
	19	RESPONSABILIDAD	98%	2%	IRRESPONSABILIDAD
	20	SATISFACCIÓN	98%	2%	INSATISFACCIÓN
	21	SEGURIDAD	85%	15%	MIEDO
	22	PREVENCIÓN	94%	6%	DESCUIDO
	23	RACIONAL	88%	12%	IRRACIONAL
	24	FELICIDAD	98%	2%	INFELICIDAD
	25	GUSTO	97%	3%	DISGUSTO
	26	MORAL	84%	16%	INMORAL
	27	ACEPTADO	89%	11%	RECHAZADO
	28	CONOCIMIENTO	86%	14%	DESCONOCIMIENTO
29	ERÓTICO	50%	50%	PASIONAL	

Tabla 5.2 Resultados en Porcentaje de Pregunta 2 del DS

PREGUNTA 2. VIVO MI SEXUALIDAD ...	NO.		% POSITIVO	% NEGATIVO	
	1	SEGURIDAD	93%	7%	MIEDO
	2	CERTIDUMBRE	90%	10%	INCERTIDUMBRE
	3	LIBERTAD	91%	9%	DEPENDENCIA
	4	NOVEDAD	77%	23%	RUTINA
	5	ALEGRÍA	97%	3%	TRISTEZA
	6	ARMONÍA	100%	0%	AGRESIÓN
	7	ATREVIMIENTO	84%	16%	TEMOR
	8	DIVERSIÓN	98%	2%	ABURRIMIENTO
	9	EMOCIÓN	91%	9%	INDIFERENCIA
	10	GUSTO	96%	4%	DISGUSTO
	11	CONFIANZA	93%	7%	DESCONFIANZA
	12	CUIDADO	97%	3%	DESCUIDO
	13	CURIOSIDAD	90%	10%	DESINTERÉS
	14	RESPONSABILIDAD	99%	1%	IRRESPONSABILIDAD
	15	ATREVIMIENTO	79%	21%	TIMIDÉZ
	16	ILUSIÓN	92%	8%	DESILUSIÓN
	17	INFORMACIÓN	92%	8%	DESINFORMACIÓN
	18	PASIÓN	96%	4%	APATÍA
	19	INTELIGENCIA	89%	11%	TORPEZA
	20	PAREJA	86%	14%	INDIVIDUALIDAD
	21	PRUDENCIA	48%	52%	LOCURA
	22	RELAJACIÓN	78%	22%	ANSIEDAD
	23	SENSIBILIDAD	87%	13%	INSENSIBILIDAD
	24	SERENIDAD	68%	32%	NERVIOSISMO
	25	RESPECTO	96%	4%	FALTA DE RESPECTO
	26	PLACER	92%	8%	DESAGRADO
	27	PRECAUCIÓN	96%	4%	DESCUIDO
	28	SIMPLE	68%	32%	COMPLICADO
29	TRANQUILIDAD	87%	13%	PREOCUPACIÓN	

Tabla 5.3 Resultados en Porcentaje de Pregunta 3 del DS

PREGUNTA 3. PARA MÍ LA ADOLESCENCIA ES UNA EPOCA DE...	NO.		% POSITIVO	% NEGATIVO	
	1	ABSTENERSE	21%	79%	ARRIESGARSE
	2	SOBRIEDAD	65%	35%	ALCOHOL
	3	RESPONSABILIDAD	83%	17%	IRRESPONSABILIDAD
	4	AMIGOS	93%	7%	ENEMIGOS
	5	QUIETUD	31%	69%	INQUIETUD
	6	CLARIDAD	47%	53%	CONFUSIÓN
	7	AMOR	24%	76%	DESAMOR
	8	COMPRENSIÓN	79%	21%	INCOMPRENSIÓN
	9	COMUNICACIÓN	72%	28%	INCOMUNICACIÓN
	10	CURIOSIDAD	83%	17%	INDIFERENCIA
	11	DECISION	80%	20%	INCERTIDUMBRE
	12	DIVERSIÓN	99%	1%	ABURRIMIENTO
	13	SEGURIDAD	69%	31%	MIEDO
	14	EXPERIMENTAR	97%	3%	INHIBIRSE
	15	INDEPENDENCIA	64%	36%	DEPENDENCIA
	16	INOCENCIA	55%	45%	MALICIA
	17	EQUILIBRIO	58%	42%	DESEQUILIBRIO
	18	MADUREZ	63%	37%	INMADUREZ
	19	LIBERTAD	64%	36%	LIBERTINAJE
	20	SOCIALIZAR	79%	21%	AISLAMIENTO
	21	OBEDIENCIA	40%	60%	REBELDÍA
	22	RELAJACIÓN	60%	40%	ANSIEDAD
	23	ESTABILIDAD	56%	44%	INESTABILIDAD
	24	SUPERACIÓN	83%	17%	RETROCESO
	25	TOLERANCIA	76%	24%	INTOLERANCIA
	26	ESTABILIDAD EMOCIONAL	29%	71%	CAMBIOS DE HUMOR
	27	COMPAÑÍA	82%	18%	SOLEDAD
	28	CONOCIMIENTO	58%	42%	DUDA
29	CRECIMIENTO	78%	22%	ESTANCAMIENTO	

30	TRANQUILIDAD	71%	29%	DESESPERACIÓN
31	VALORACIÓN	82%	18%	DESPRECIO
32	VITALIDAD	80%	20%	APATÍA

Tabla 5.4 Resultados en Porcentaje de Pregunta 4 del DS

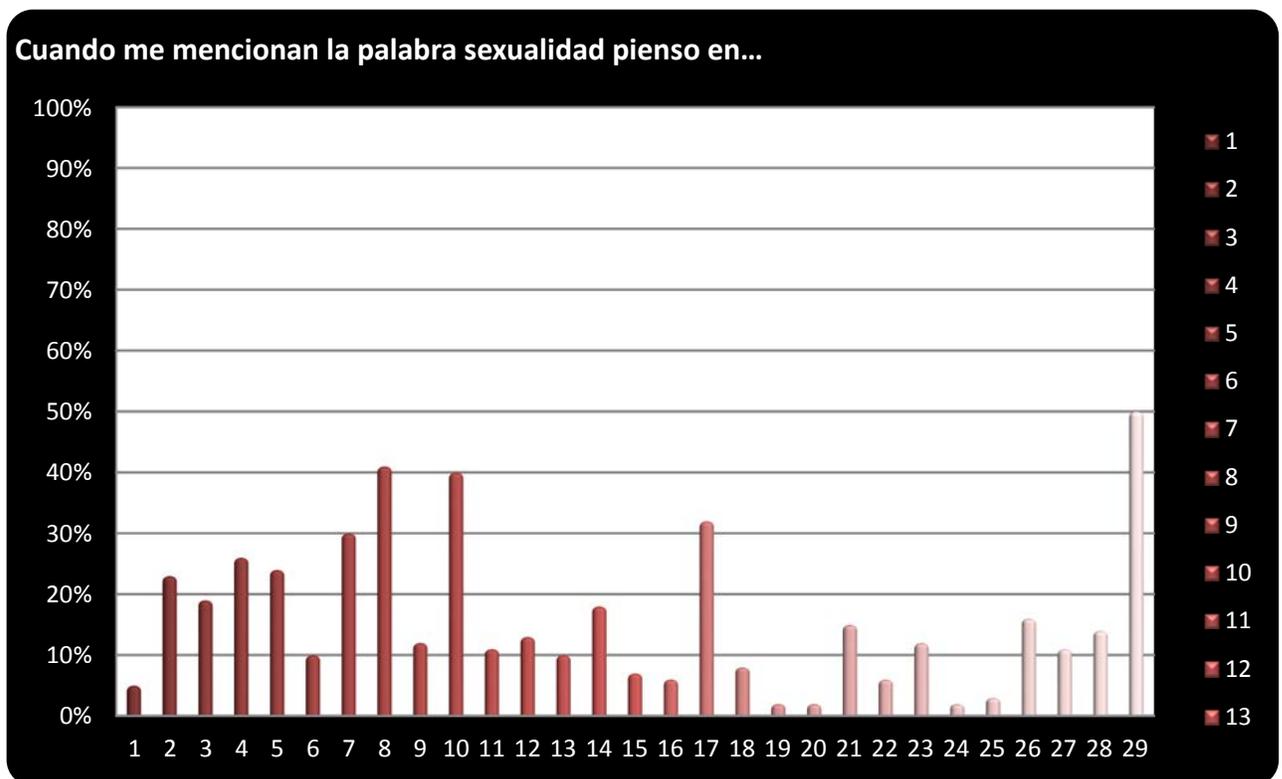
PREGUNTA 4. PIENSO QUE LAS CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE SON...	NO.		% POSITIVO	% NEGATIVO	
	1	ACCESIBLES	89%	11%	INACCESIBLES
	2	ACTUALES	76%	24%	ANTICUADAS
	3	CULTAS	87%	13%	INCULTAS
	4	DIFUNDIDAS	85%	15%	DESCONOCIDAS
	5	EFICIENTES	81%	19%	INSERVIBLES
	6	ADECUADAS	82%	18%	INADECUADAS
	7	COMPLETAS	76%	24%	CARENTES
	8	PREVENTIVAS	77%	23%	CORRECTIVAS
	9	CREATIVAS	55%	45%	CONVENCIONALES
	10	EXISTENTES	85%	15%	INEXISTENTES
	11	CONFIABLES	84%	16%	DESCONFIABLES
	12	AYUDA	89%	11%	TRABA
	13	BASTAS	62%	38%	ESCASAS
	14	HONESTAS	80%	20%	DESHONESTAS
	15	CLARAS	78%	22%	CONFUSAS
	16	IMPORTANTES	78%	22%	INSIGNIFICANTES
	17	PROFUNDAS	60%	40%	SUPERFICIALES
	18	LIBERALES	60%	40%	CONSERVADORAS
	19	RESPONSABLES	93%	7%	IRRESPONSABLES
	20	SALUDABLES	94%	6%	INSALUBRES
	21	INFORMATIVAS	86%	14%	DESINFORMATIVAS
	22	INTERESANTES	65%	35%	ABURRIDAS
	23	MMC* ADECUADOS	75%	25%	MMC* INADECUADOS
	24	NOVEDOSAS	49%	51%	COMÚNES
25	OBJETIVAS	83%	17%	SUBJETIVAS	

26	POSITIVAS	92%	8%	NEGATIVAS
27	SEGURAS	79%	21%	INSEGURAS
28	SIMPLES	73%	27%	COMPLICADAS
29	SUFICIENTES	74%	26%	INSUFICIENTES

## 5.2 Análisis y Discusión de Resultados

En general, se obtuvo una respuesta positiva de los adolescentes ante la pregunta número 1. (Gráfica 5.1)

Grafico 5.1 Resultados negativos del DS Pregunta 1(2013).



Los únicos adjetivos negativos que tuvieron un punto de vista balanceado, es decir, que casi la mitad de nuestra muestra (cien alumnos) contestó positivamente y la otra negativamente. Dichos adjetivos fueron que

la sexualidad era algo pasional, físico e impulsivo.

Esto nos da pauta para saber que en principio, es importante considerar que en la propuesta del taller es importante hacer una diferenciación entre lo que es sexualidad, sexo y acto sexual, puesto que de acuerdo a los adjetivos que componen el instrumento (dado por los propios adolescentes) y a sus respuestas, es evidente que estos términos se suelen confundir con facilidad.

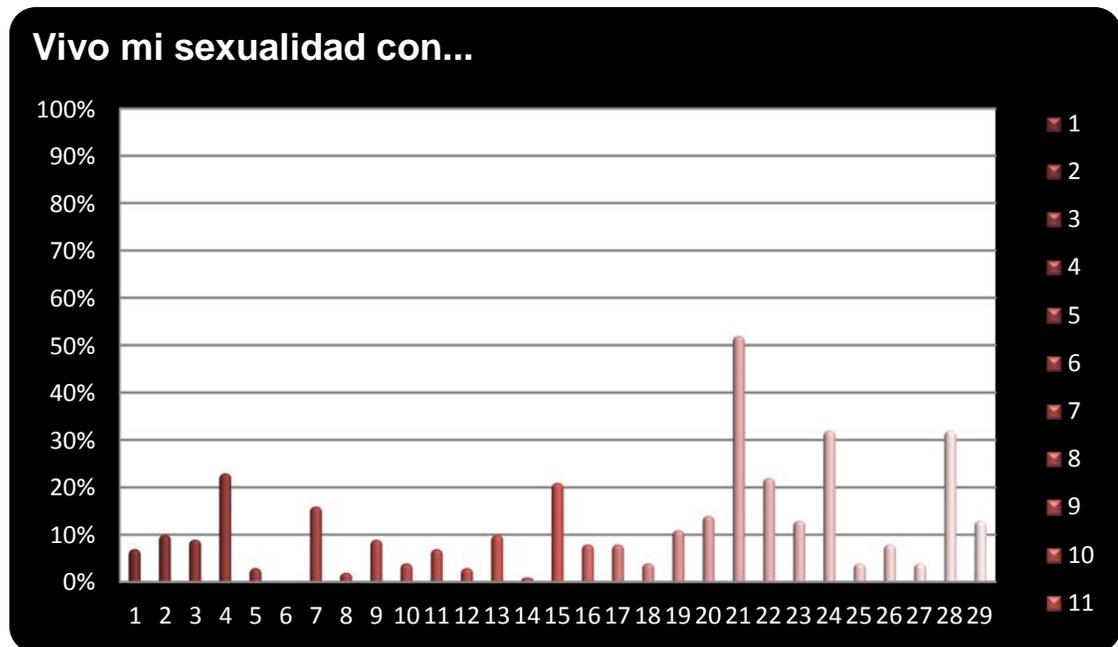
Como ya se había desarrollado en el capítulo 2, Monroy (1977) menciona que la sexualidad es aprendida dado que está determinada por el contexto social-cultural, es decir, las normas, valores, formas educativas, entre otras, en tanto que el sexo es definido por la biología de todo ser humano. (Citado por Aguilar Castillo, 1988). Por último, el acto sexual se refiere únicamente a tener relaciones sexuales, es decir, a que se efectúe el coito.

De igual manera, un bajo porcentaje de la muestra se inclinó a contestar que cuando les mencionaban la palabra sexualidad piensan en insatisfacción, infelicidad, irresponsabilidad, descuido, disgusto, desagrado, aburrimiento, ignorancia, desunión e insignificancia, de la misma forma se inclinaron por elegir los adjetivos de desconfianza, inhibirse, desamor irracional, inmoral, inexpressión, timidez, brusquedad y acto grupal.

Algunos de los adjetivos también mencionados, aunque afortunadamente no de modo predominante, sino más bien en un porcentaje mínimo, nuevamente nos muestran que puede haber un desconocimiento por parte de los alumnos hacía este tema, por lo que por eso les es indiferente, desconocido, incomodo, algo que provoca miedo y rechazo.

Por otro lado, en la pregunta número 2), los resultados fueron los siguientes: (Ver Gráfica 5.2)

Grafico 5.2 Resultados negativos del Diferencial Semántico (2013)



Una vez más, los resultados fueron alentadores, el mayor porcentaje de adjetivos positivos tuvo lugar por arriba del cincuenta por ciento, lo cual indica que los adolescentes en su mayoría viven su sexualidad de una manera “sana”.

Sin embargo, algo que resaltó fue la respuesta de que casi la mitad de los adolescentes que ayudaron a contestar el diferencial semántico vive su sexualidad con locura, lo que habla de poca concientización de las consecuencias que puede traer el vivir con irresponsabilidad dicha sexualidad.

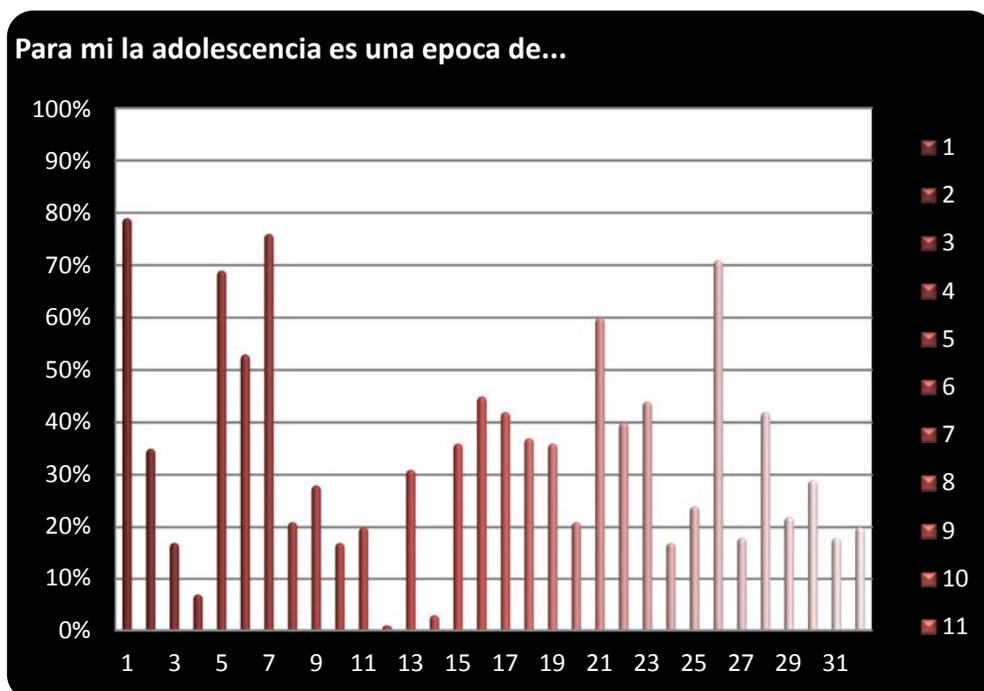
Ya que como lo menciona la CONAPO, al ser un conjunto de

manifestaciones y expresiones de tipo biológico, psicológico y socio-cultural que diferencia a cada individuo como varón y como mujer en un grupo social. Si se maneja de manera inadecuada traerá por ende conflictos en dichas áreas. (Aguilar Castillo, 1988).

Asimismo, aunque en un porcentaje muy bajo (30% y menos), los adolescentes nuevamente consideraron como respuestas al vivir su sexualidad, el miedo, desagrado, temor, incertidumbre, disgusto, indiferencia y desinterés, lo que nuevamente denota esta necesidad de información, ya que cuando uno está informado acerca de algo, estos adjetivos probablemente disminuirán en cuanto a su presencia.

Continuando con la pregunta 3), se obtuvo lo siguiente: (Observar gráfica 5.3).

Grafico 5.3 Resultados negativos del Diferencial Semántico (2013)



A diferencia de las dos preguntas anteriores, ésta estuvo más equilibrada en cuanto a porcentaje en elección de adjetivos positivos y negativos, esto debido seguramente a que en éste hay un conocimiento total de la adolescencia puesto que todos los entrevistados están pasando por ella.

Se encontró que un alto número de adolescentes (más del 65%) piensan que en la adolescencia uno sufre desamor, cambios de humor, inquietud y necesidad de arriesgarse.

Este tipo de adjetivos, así como los de rebeldía, confusión, desequilibrio, inmadurez, dependencia, inestabilidad, duda y ansiedad, los cuales obtuvieron también aproximadamente la mitad de las respuestas de todos los adolescentes entrevistados, son resultado de la estructuración de identidad que se da en ésta etapa.

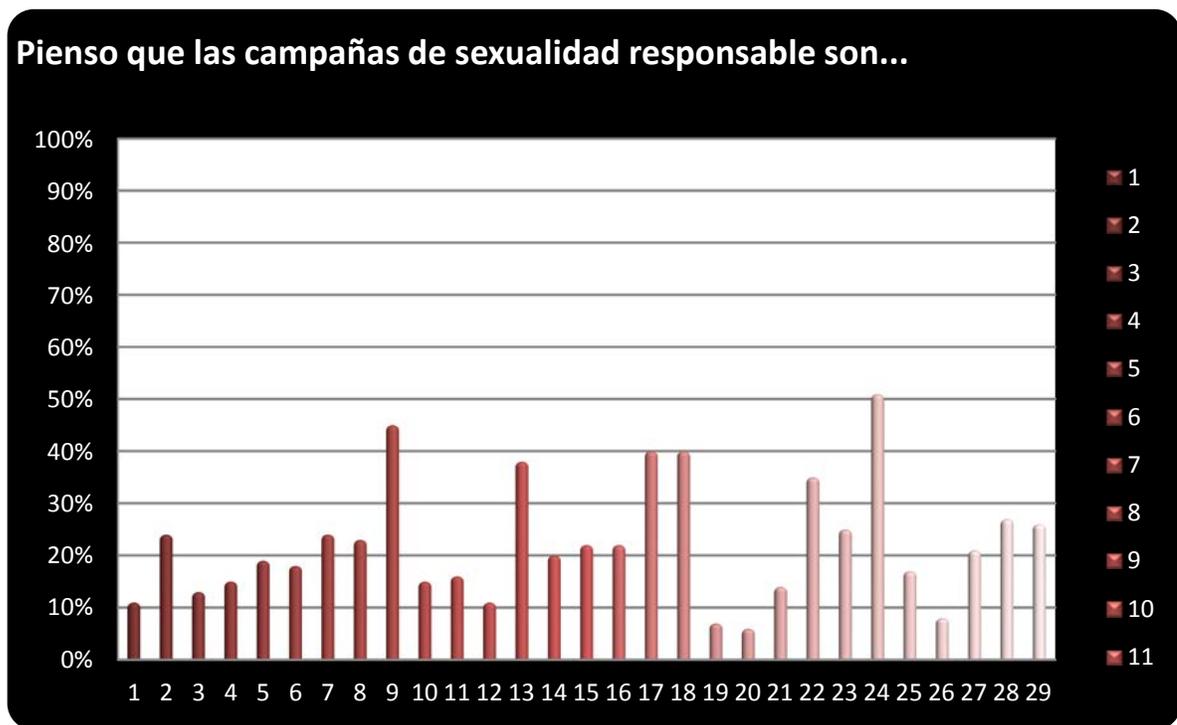
Como se mencionó en el capítulo 2, para Aberasturi (1988) la adolescencia es el proceso y desarrollo de cualquier ser humano, caracterizado por un estado de desequilibrio e inestabilidad, donde va a establecer su identidad.

Dos de los adjetivos que preocuparon fueron que en promedio, el cincuenta por ciento de los adolescentes relacionan la malicia y el libertinaje con la etapa que están viviendo. Lo cual marca un punto importante de reflexión en la propuesta de taller a elaborar, donde aunque como padres hay que ser empático con los hijos, puesto que no solo tienen cambios de humor por ser “odiosos”, también es cierto que hay que saber poner límites y estar pendientes a las conductas que ya no son solo propias de la edad, sino que

ya empiezan a ser conductas de riesgo, y tanto padres como hijos tienen que lograr entenderlo, puesto que al hacerlo, seguramente la actitud será diferente.

Por último, en la pregunta 4) se observó lo siguiente: (Ver gráfico 5.4)

Grafico 5.4 Resultados negativos del Diferencial Semántico (2013)



Gráfica de la pregunta 4) de los resultados negativos del Diferencial Semántico (2013)

El resultado que el diferencial semántico arrojó en la última pregunta, se muestra que los adolescentes creen en un porcentaje casi total, que las campañas de sexualidad responsable son saludables, positivas y redundando en su nombre, responsables

Aunque ellos le dan un papel importante a la existencia de las campañas, por que como los resultados lo muestran, las conocen, saben

que existen, que son accesibles, que son difundidas, pretenden ayudar y son honestas, objetivas e informativas. También es importante decir que consideran que las que existen son comunes, convencionales, superficiales, conservadoras, aburridas y escasas.

Por lo que ahí se demuestra que la actitud ante estas campañas de sexualidad responsable no es del todo positiva, ya que no están teniendo el éxito que se espera

De ser así, se tendría que ver reflejado en aspectos como el simple hecho de disfrutar la información que reciben y no verla como algo tedioso o aburrido. De igual manera, los adolescentes ven a las campañas como algo que no les enseña nada nuevo de lo que ya conocen, de lo que se dice de voz en voz o en las clases de biología, donde la mayoría de las veces se limitan a nombrar los cambios físicos y biológicos, a enseñarles algunas enfermedades de transmisión sexual y a mencionarles ciertos métodos anticonceptivos.

Es raro que un adolescente sepa de la gran gama de opciones que tiene en cuanto al cuidado responsable de llevar a cabo el acto sexual, de cómo se colocan y funcionan dichos anticonceptivos.

Hasta que dicha información se vuelva algo interesante, pero sobre todo significativo en la vida de los adolescentes y también de sus padres de familia, se aumentará la concientización de los riesgos que se corren al ejercer la sexualidad y por ende la disminución de estadísticos como la alta tasa de embarazos o de contagios de enfermedades de transmisión sexual. Convirtiéndose así en adolescentes que ejercen una sexualidad responsable.

### 5.3 Propuesta de Campaña de Sexualidad Responsable para Universidad Insurgentes, Plantel Álamos.

#### PLANEACIÓN DIDÁCTICA

Tabla 5.5 Propuesta de Taller de Sexualidad Responsable (1/6)

<b>FECHA:</b>	<b>GRADO: Bachillerato y Padres de Familia</b>
<b>DURACIÓN: 1hr. 30 min. Aprox.</b>	<b>TITULO TALLER: conSEXtizando</b>
<b>OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un taller de sexualidad responsable en la adolescencia, que sea significativo e integral.</b>	<b>OBJETIVO SESIÓN: Preguntar las expectativas de los asistentes al taller sobre el mismo, especificando los alcances de éste. Asimismo, indagar el conocimiento previo que tienen sobre los conceptos de sexo, sexualidad y acto sexual.</b>

TEMA /SUBTEMA	TIEMPO	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE	INTENCIONALIDAD	RECURSOS A EMPLEAR
<b>1) Bienvenida</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se agradecerá la asistencia de los padres de familia y alumnos.	Se espera que tanto los padres como los alumnos se sientan bien recibidos por la institución que brinda el taller.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>2) Presentación de Participantes</b>	40 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Los objetos”	Busca que los participantes se conozcan y se “rompa el hielo” entre ellos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bolsa oscura (2)</li> <li>- Objetos de participantes</li> </ul>
<b>3) Objetivo de la Primera Sesión.</b>	10 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Lluvia de post-it” <b>Actividad:</b> “Explicando el taller”	Crear un interés por los temas que el taller les irá proporcionando.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Post it</li> <li>- Lápices y plumas</li> <li>- Pizarrón</li> <li>- Plumones (pizarrón)</li> </ul>

<b>4) Definición Sexo, Sexualidad y Acto Sexual</b>	30 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Sobre de Conceptos”	El padre de familia y alumno obtengan la información básica para que puedan irse adentrando en el contenido, con total comprensión.	- 3 sobres con una definición y tres conceptos.
<b>5) Agradecimiento por asistencia e invitación a próxima sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Despedir me con una frase relacionada con el tema de la sesión e invitarlos a que asistan al siguiente “modulo”.	Hacer notar la importancia de que sigan asistiendo al taller.	- Presentación PP - Cañón - Laptop

Condiciones del Espacio: Aula amplia, bien iluminada y ventilada, equipada con cañón y computadora, sillas suficientes (depende el número de asistentes) colocadas en semicírculo.

Desarrollo del Taller:

1. En la bienvenida, la cual es la primera actividad, el facilitador se presenta con los asistentes del taller y se les mencionará la trascendencia que tiene su presencia, además de hacerles ver lo especial que es el compartir ese espacio entre padres-hijos.
2. En la actividad número dos, se llevará a cabo una técnica denominada “Los objetos”, la cual consiste en que de manera inicial el grupo se dividirá en dos categorías (padres-adolescentes) en función a esto se pedirá que en dos bolsas (una por categoría) se coloque un objeto, este puede ser un arete, reloj, pulsera, anillo, entre otros. Después de ello, se

pedirá al papá/mamá que tome un objeto de la bolsa de los adolescentes formando parejas.

Finalmente se le pedirá a cada pareja formada que platicuen acerca de ellos, de sus gustos, disgustos, intereses, entre otros y por último, se presentarán uno al otro frente al grupo. Cada pareja tendrá cuatro minutos para realizar dicha presentación.

3. Para poder conocer las expectativas de los asistentes al taller, se le entrega a cada participante unos post-it (dos o tres) y seguido a esto se pide que escriban en ellos dichas expectativas del taller, una vez concluido esto, se les solicitará que lo peguen en el pizarrón. Posteriormente se retomarán aquellas ideas que permitan explicar los objetivos del programa y la posibilidad de cubrir sus expectativas.
4. La cuarta actividad está enfocada en conocer el significado y diferencia de los términos sexualidad, sexo y acto sexual, los cuales son punto base para la comprensión y avance del taller, para lo cual se debe realizar la dinámica de “sobre de conceptos”, en la cual se organizará a los asistentes al taller en 3 subgrupos (combinando adultos y adolescentes), cada uno recibirá un sobre en el que se encuentran palabras relacionadas con una definición, ya sea la de “sexo”, “sexualidad” o “acto sexual”. Cada equipo debe determinar cuál de estos tres conceptos corresponde con la definición que les tocó. Por último, cada equipo compartirá en gran grupo sus resultados.
5. Finalmente, para despedirnos de los asistentes al taller, se comparte la frase “La Educación Sexual debe Hacerse desde la Familia”, y se invita a

que asistan a la próxima sesión, haciendo hincapié en la importancia de que continúen asistiendo en familia.

Tabla 5.6 Propuesta de Taller de Sexualidad Responsable (2/6)

<b>FECHA:</b>	<b>GRADO: Bachillerato y Padres de Familia</b>
<b>DURACIÓN: 1hr. 30 min. Aprox.</b>	<b>TITULO TALLER: conSEXtizando</b>
<b>OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un taller de sexualidad responsable en la adolescencia, que sea significativo e integral.</b>	<b>OBJETIVO SESIÓN: Profundizar sobre los conceptos de sexo, sexualidad y acto sexual. Revisar los cambios por los que ha atravesado el sexo, la sexualidad y el acto sexual a lo largo del tiempo. Conocer que connotación (positiva o negativa) le dan al sexo, sexualidad y acto sexual.</b>

<b>TEMA /SUBTEMA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</b>	<b>INTENCIONALIDAD</b>	<b>RECURSOS A EMPLEAR</b>
<b>1) Bienvenida</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se agradecerá la asistencia de los padres de familia y alumnos.	Crear un ambiente confortable para los asistentes.	- Presentación PP - Cañón - Laptop
<b>2) Integración</b>	15 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Números”	Busca que la ansiedad de los participantes disminuya y se relacionen entre ellos.	- Sillas en semicírculo (amplio espacio en medio)
<b>3) Objetivo de la Segunda Sesión.</b>	10 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se explicará qué obtendrán con su participación en la segunda sesión	Se espera que los papás y alumnos se interesen por el contenido que se les brindará.	- Presentación PP - Cañón - Laptop
<b>4) Evolución de los</b>	20 min. aprox.	Actividad: “El tiempo pasa”	Se realizará una revisión de como los	- Rotafolio -

<b>conceptos sexo, sexualidad y acto sexual</b>			conceptos de sexo, sexualidad y acto sexual han ido cambiando a lo largo del tiempo.	Plumones
<b>RECESO</b>	15 min. puntual	<b>Actividad:</b> Tiempo libre	Relajarse y despejarse para poder continuar con la segunda parte de la sesión.	- Coffee Break opcional.
<b>5) Abordar aspectos negativos que han escuchado sobre sexualidad</b>	20 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “¿La sexualidad es que?”.	El padre de familia y alumno compartan los aspectos negativos que conocen sobre el sexo.	- Botes transparentes (2) - Hojas blancas (1/4 s) - Lápices y plumas
<b>6) Agradecimiento por asistencia e invitación a próxima sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Despedirme con una frase relacionada con el tema de la sesión e invitarlos a que asistan al siguiente “modulo”.	Recaltar lo significativo de su asistencia a la siguiente sesión del taller.	- Presentación PP - Cañón - Laptop

Condiciones del Espacio: Aula amplia, bien iluminada y ventilada, equipada con cañón y computadora, sillas suficientes (depende el número de asistentes) colocadas en semicírculo.

Desarrollo del Taller:

1. En la bienvenida, se les mencionará a los asistentes del taller lo importante de su asistencia y se les hará ver lo especial que es el

compartir ese espacio entre padres-hijos.

2. Para lograr una integración en los asistentes al taller se lleva a cabo una técnica denominada “Rueda de Números”, la cual consiste en que todos los participantes deben hacer un círculo e ir girando. Cuando el facilitador de la orden “Grupos de tres”, “Grupos de 4”, todos los jugadores deberán integrarse a un grupo. El participante que quede sin integrarse a algún grupo o éste rebase el límite de personas, sale del juego.
3. Para explicarles cuál es el objetivo de la segunda sesión, se les menciona que se trabajará el tema sexo, sexualidad y acto sexual de una manera más puntual, para poder conocer con mayor detalle que connotación le dan a la sexualidad cuando piensan en ella, con lo cual se podrá romper con mitos, tabús y aclarar dudas que se tengan con respecto al tema.
4. Para poder hacer una revisión de cómo han ido evolucionando los conceptos a través del tiempo, se separará a los integrantes del taller en subgrupos a los cuales se les otorgará un rotafolio y plumones, posteriormente se les indicará que en diez minutos deberán escribir en forma de línea del tiempo, como creen que han ido evolucionando los conceptos de sexo, sexualidad y acto sexual. Finalmente se pedirá a cada subgrupo que explique lo que escribieron a manera de gran grupo y finalmente se hará un compendio de todo lo escrito anteriormente para llegar a una conclusión, para esta actividad contarán con un tiempo de diez minutos.
5. En esta actividad se abordarán específicamente los aspectos negativos

que los asistentes encuentran acerca de la sexualidad (teniendo ya el conocimiento previo de los que significa este término), para lo cual se les pedirá que en  $\frac{1}{4}$  de hoja escriban alguno de ellos, para ello tendrán cinco minutos. Los papелitos (ya doblados) de los padres de familia, serán colocados en un bote transparente y se seguirá la misma dinámica para los adolescentes.

Una vez teniendo todos los papелitos contenidos en el bote, el facilitador elegirá algunos de los papелitos y los leerá en voz alta, buscando que de cada uno de ellos se obtenga una discusión y se aclaren ciertos mitos y tabús que aún en la actualidad siguen existiendo. Para esta actividad se destinarán quince minutos.

6. Finalmente, se compartirá la frase “Hacemos educación sexual continuamente, aunque no seamos conscientes de ello. Educamos a nuestros hijos a través de nuestros pudores, nuestras caricias, nuestros silencios u opiniones” y se invitará a que asistan a la próxima sesión, haciendo hincapié en la importancia de que continúen asistiendo en familia.

Tabla 5.7 Propuesta de Taller de Sexualidad Responsable (3/6)

<b>FECHA:</b>		<b>GRADO: Bachillerato y Padres de Familia</b>		
<b>DURACIÓN: 1hr. 30 min. Aprox.</b>		<b>TITULO TALLER: conSEXtizando</b>		
<b>OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un taller de sexualidad responsable en la adolescencia, que sea significativo e integral.</b>		<b>OBJETIVO SESIÓN: Adentrar al tema de la Adolescencia en el ámbito individual y familiar. Buscar empatía de los padres hacia sus hijos.</b>		

<b>TEMA /SUBTEMA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA</b>	<b>INTENCIONALIDAD</b>	<b>RECURSOS A EMPLEAR</b>
----------------------	---------------	---------------------------------	------------------------	---------------------------

		APRENDIZAJE		
<b>1) Bienvenida</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se agradecerá la asistencia de los padres de familia y alumnos.	Dar un recibimiento cálido a los padres de familia en esta nueva sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>2) Integración del Grupo</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “El mensaje”	Busca que la ansiedad de los participantes disminuya y estén relajados para que participen más en el taller.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sillas en semicírculo (amplio espacio en medio)</li> </ul>
<b>3) Objetivo de la Tercera Sesión.</b>	10 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se explicará que obtendrán con su participación en la tercera sesión.	Conocimiento de la información que se trabajará en la sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>4) Principales Cambios en la Adolescencia</b>	25 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Este cuerpo no es mío”	Adentrar y centrar a los asistentes en el tema.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rotafolios (4)</li> <li>- Plumones</li> </ul>
<b>RECESO</b>	15 min. puntual	<b>Actividad:</b> Tiempo libre	Relajarse y despejarse para poder continuar con la segunda parte de la sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coffee Break opcional.</li> </ul>
<b>5) ¿Por qué cambian los padres?</b>	15 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Como yo lo haría”	Darse cuenta del tipo de expectativa que se tiene hacia los hijos, si los están soltando, o viviendo a través de ellos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sillas</li> </ul>

6) <b>Carta de un padre a un hijo y de un hijo a un padre.</b>	10 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Te escribo a ti...”.	Tanto padres como hijos se harán saber lo que sienten y piensan el uno por el otro.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hojas blancas</li> <li>- Lápices y plumas</li> </ul>
7) <b>Agradecimiento por asistencia e invitación a próxima sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Despedirme con una frase relacionada con el tema de la sesión e invitarlos a que asistan al siguiente “modulo”.	Denotar lo importante que es la presencia de padres e hijos en cada una de las sesiones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>

Condiciones del Espacio: Aula amplia, bien iluminada y ventilada, equipada con cañón y computadora, sillas suficientes (depende el número de asistentes) colocadas en semicírculo.

Desarrollo del Taller:

1. Se les da la bienvenida por asistir a la tercera sesión, y se les reitera el valor que tiene su presencia para nosotros.
  
2. Se llevará a cabo una técnica llamada “El mensaje”, la cual pretende descubrir barreras en la comunicación, para lo cual se le solicita al grupo que formen un círculo. El facilitador elegirá a qué persona le dirá un mensaje al oído, por ejemplo: “El teléfono de mi papá es grande y tiene muchos números”, a fin de que lo transmita a su compañero del lado derecho, al oído y “en secreto”. Posteriormente, se le pide a la última persona que recibió el mensaje, mencione en voz alta cual fue el contenido que se le comunicó. Para que finalmente el facilitador

comparte el mensaje inicial que fue transmitido.

3. Se les informará que esa sesión está destinada a abordar el tema de la adolescencia, incluyendo los cambios que afrontan (físicos y psicológicos), así como el papel que juegan los padres en esta etapa del desarrollo tan significativa, incluyendo la presión que pueden sentir los hijos en cumplir las expectativas que ellos perciben (reales o no) de los padres.
4. Para abordar el tema de los cambios en la sexualidad, se dividirá al grupo en cuatro sub grupos, a cada uno de ellos se le entregará una hoja de rotafolio y un paquete de plumones. El facilitador dará la indicación de que tienen diez minutos para hacer una lluvia de ideas en su equipo y escribir en su hoja, cambios (físicos, psicológicos y/o sociales – búsqueda y reestructuración de identidad -) que viven los adolescentes. Por último, se otorgará un tiempo de 15 minutos para hacer una revisión en gran grupo de lo que fue anotado en los rotafolios, para retomar aquellas notas que puedan ayudarnos a contextualizar claramente cuales son dichos cambios y el porqué de ellos.
5. Se harán parejas de padre (s) e hijo, seguido a esto, se les pedirá a los adolescentes que compartan con sus padres que esperan ser y hacer en el presente y futuro (logros, proyectos, etc.) mientras que a los padres se les pedirá que les mencionen a sus hijos que esperan de ellos ahora y para el futuro y por qué, para esta actividad tendrán un tiempo de cinco minutos. Por último, se llevará una retroalimentación en gran grupo, en un tiempo de diez minutos, donde se busca que los padres se den cuenta que parte del “choque” que puede haber entre padres e hijos es

porque los primeros pueden sentir que los hijos no están haciendo las cosas adecuadamente, “como yo las haría”.

6. Los padres de familia tendrán que escribirle una carta a sus hijos y los hijos a sus padres, en la que externen lo que sienten, piensan y necesitan de ellos. Se aclarará que esta carta puede ser compartida si así lo desean en ese momento, se puede entregar en un momento más privado, o puede servir como catarsis para externar lo que sienten sin tener que entregarla. Para dicha actividad tendrán un tiempo de diez minutos.

7. Finalmente, se compartirá la frase “Hay que estar dispuestos para dialogar. El diálogo no puede ser impuesto, siempre debe existir respeto y aceptación.” y se invitará a que asistan a la próxima sesión, haciendo hincapié en la importancia de que continúen asistiendo en familia.

Tabla 5.8 Propuesta de Taller de Sexualidad Responsable (4/6)

<b>FECHA:</b>	<b>GRADO: Bachillerato y Padres de Familia</b>
<b>DURACIÓN: 1hr. 30 min. Aprox.</b>	<b>TITULO TALLER: conSEXtizando</b>
<b>OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un taller de sexualidad responsable en la adolescencia, que sea significativo e integral.</b>	<b>OBJETIVO SESIÓN: Relacionar el tema de la adolescencia con la sexualidad. Trabajar el tema de cómo los adolescentes viven su sexualidad.</b>

<b>TEMA /SUBTEMA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</b>	<b>INTENCIONALIDAD</b>	<b>RECURSOS A EMPLEAR</b>
----------------------	---------------	---	------------------------	---------------------------

<b>1) Bienvenida</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se agradecerá la asistencia de los padres de familia y alumnos.	Recibir con amabilidad a los padres e hijos a una sesión más.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>2) Integración del Grupo</b>	10 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Costal de Pelotas”	Busca que los participantes se desestresen y así iniciar las actividades de la cuarta sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sillas en semicírculo (amplio espacio en medio)</li> </ul>
<b>3) Objetivo de la Cuarta Sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se explicará que obtendrán con su participación en la cuarta sesión.	Comprender que información se obtendrá en dicha sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>4) Sexualidad del adolescente</b>	20 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Lo que soy, lo que espero”	El padre de familia y alumno compartan sus puntos de vista respecto al vivir de su sexualidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bolsa Oscura (2)</li> <li>- Hojas blancas (mitades)</li> <li>- Lápices y plumas</li> </ul>
<b>RECESO</b>	15 min. puntual	<b>Actividad:</b> Tiempo libre	Relajarse y despejarse para poder continuar con la segunda parte de la sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coffee Break opcional.</li> </ul>
<b>5) Lectura sobre sexualidad en adolescencia</b>	25 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Un cuento sobre adolescentes”.	Se hará una lectura grupal y posteriormente se comentará a manera de gran grupo, buscando	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lectura</li> </ul>

			concientización.	
<b>6) Agradecimiento por asistencia e invitación a próxima sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Despedirme con una frase relacionada con el tema de la sesión e invitarlos a que asistan al siguiente "modulo".	Hacer ver la importancia de su participación en el taller.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>

Condiciones del Espacio: Aula amplia, bien iluminada y ventilada, equipada con cañón y computadora, sillas suficientes (depende el número de asistentes) colocadas en semicírculo.

Desarrollo del Taller:

1. Se les da la bienvenida por asistir a la cuarta sesión, seguido de esto se les menciona lo especial que es el compartir ese espacio entre padres-hijos.
  
2. La técnica que se usará para integrar al grupo será "Costal de Pelotas", formar tres subgrupos que serán colocados en filas paralelas. Cada subgrupo deberá elegir una persona que estará al frente de ellos, una vez realizado esto se les indicará que cada equipo tiene un recipiente lleno de pelotas del lado derecho, la persona que esté hasta delante de la fila tendrá que tomar una pelota y pasarla por debajo de sus piernas a la otra persona, la cual tendrá que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que la pelota llegue al último integrante de la fila, el cual tendrá que llevar la pelota a la persona de su equipo que previamente se colocó frente a ellos y tendrá que colocar la pelota dentro de su playera (se recomienda que dicha persona sea un hombre). Una vez realizado esto se deberá formar hasta adelante y volver a hacer la misma rutina.

Ganará el equipo que más pelotas haya metido en tres minutos (lo que dura una canción).

3. Se les informará que esa sesión está destinada a tocar el tema de la sexualidad en la adolescencia.
4. Para revisar el tema de cómo los adolescentes viven su sexualidad, se realizará la dinámica de “Lo que soy, lo que espero”, en la cual los alumnos escribirán de manera anónima en media hoja como viven su sexualidad (realidad) e introducirán dichos papeles en una bolsa, al mismo tiempo, los padres de familia anotarán como esperan ellos que sus hijos vivan su sexualidad. Posteriormente, se leerán al azar algunos papeles que escribieron los adolescentes y algunos de los que escribieron los adultos, comparando y discutiendo los resultados, para finalmente hacer una retroalimentación de ello.
5. Con la intención de cerrar el tema respecto a cómo viven los adolescentes su sexualidad, se realizará una lectura en gran grupo, la cual es relatada por una adolescente que comparte como viven su sexualidad los adolescentes día a día. Una vez finalizada la lectura se pedirá a los asistentes que nos compartan que experiencia les deja dicho texto.
6. Finalmente, se compartirá la frase “Una educación sexual de calidad debe dirigirse a que nuestros hijos e hijas aprendan a conocerse, aceptarse y a expresar su sexualidad de modo que sean felices.” Y por último, se agradecerá el haber asistido una vez más al taller, poniendo

relevancia en el enriquecimiento que como padres-hijos esto causa, invitándolos a acudir a la siguiente sesión.

Condiciones del Espacio: Aula amplia, bien iluminada y ventilada, equipada con cañón y computadora, sillas suficientes (depende el número de asistentes) colocadas en semicírculo.

Tabla 5.9 Propuesta de Taller de Sexualidad Responsable (5/6)

<b>FECHA:</b>	<b>GRADO: Bachillerato y Padres de Familia</b>
<b>DURACIÓN: 2 hrs. Aprox.</b>	<b>TITULO TALLER: conSEXtizando</b>
<b>OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un taller de sexualidad responsable en la adolescencia, que sea significativo e integral.</b>	<b>OBJETIVO SESIÓN: Revisar las diferentes opciones de métodos anticonceptivos que existen y la manera de usarlos.</b> <b>Conocer que ideas se tienen respecto a los métodos anticonceptivos.</b> <b>Averiguar que métodos anticonceptivos conoce el grupo.</b>

<b>TEMA /SUBTEMA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</b>	<b>INTENCIONALIDAD</b>	<b>RECURSOS A EMPLEAR</b>
<b>1) Bienvenida</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se agradecerá la asistencia de los padres de familia y alumnos.	La institución que imparte el taller da un recibimiento amable y agradable a los padres de familia y adolescentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>2) Integración del Grupo</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> "Coctel de anticonceptivos"	Busca que los participantes empiecen relajados la penúltima sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sillas en semicírculo (amplio espacio en medio)</li> </ul>

<b>3) Objetivo de la Quinta Sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se explicará qué obtendrán con su participación en la quinta sesión.	Se espera que los papás y alumnos se interesen más y se involucren más en los temas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
<b>4) Mitos y Realidades sobre los Métodos Anticonceptivos</b>	20 min. aprox.	<b>Actividad:</b> “Se dice que...”	Tanto los adolescentes como los adultos compartirán qué mitos conocen acerca de los métodos anticonceptivos y los contrastarán con su realidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Post-It</li> <li>- Plumines</li> </ul>
<b>RECESO</b>	15 min. puntual	<b>Actividad:</b> Tiempo libre	Relajarse y despejarse para poder continuar con la segunda parte de la sesión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coffee Break opcional.</li> </ul>
<b>5) Métodos Anticonceptivos (opciones y modo de empleo)</b>	65 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Mis opciones...	Los padres y estudiantes conocerán la gran variedad de métodos anticonceptivos que existen hoy en día y la manera práctica de utilizarlos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> <li>- Métodos Anticonceptivos (accesibles).</li> </ul>
<b>6) Agradecimiento por asistencia e invitación a próxima sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Despedirme con una frase relacionada con el tema de la sesión e	Invitarlos a que asistan a la última sesión que será de suma importancia puesto que se dará	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>

		invitarlos a que asistan al siguiente "modulo".	cierre al taller.	
--	--	---	-------------------	--

### Desarrollo del Taller:

1. Se les da la bienvenida por asistir a la quinta sesión, y se les hace hincapié en que sin su participación el llegar hasta esa sesión hubiera sido imposible.
2. La técnica que se usará será "Coctel de anticonceptivos", que como su nombre lo dice es similar al coctel de frutas, solo que aquí se les dará a los participantes nombres como "Condón", "DIU", "Espermaticida", "Pastillas anticonceptivas", entre otros. El facilitador que estará en medio del círculo dará la indicación de que los "Condomes" se tengan que mover de lugar y todos aquellos que se les asignó ese nombre tendrán que moverse de lugar, lo mismo si se indica que sean las "Pastillas Anticonceptivas" quienes lo hagan. Cuando se diga "Coctel de Anticonceptivos", todos deberán cambiar de lugar y el facilitador intentará ganar un lugar, quien quede de pie continuará dando las indicaciones.
3. Se les informará que esa sesión está destinada a tocar todo lo referente a métodos anticonceptivos. Cuales conocen, los mitos que existen de ellos o con respecto a ellos, así como la gran variedad de opciones que existen hoy en día y la manera de usarlos.
4. Para conocer qué mitos existieron y siguen existiendo acerca de los métodos anticonceptivos, se dividirá a los asistentes al taller en dos subgrupos, uno conformado de puros adolescentes y otro formado por

los padres de familia. A cada uno se le entregará un bloque de post-it donde tendrán que ir anotando mito por mito y pegarlos en la pared de su lado, a un lado se deberá pegar otro post-it poniendo la realidad de ese mito, para realizar esto contarán con diez minutos. Posteriormente se le pedirá a cada subgrupo que pase a leer los mitos que escribió el grupo contrario para finalmente comentar a manera de gran grupo en que mitos coincidieron ambos y cuales les llamaron la atención, para lo cual tendrán otros diez minutos.

5. Los padres de familia y alumnos conocerán algunos métodos anticonceptivos y su manera de usarlos.

En cada uno de los métodos que se revisarán, se incluirá a padres y alumnos, que con sus conocimientos o experiencia sobre dichos métodos, ayudarán a ir conformando la información de cada uno de ellos.

Se intentará llevar la mayoría de dichos métodos para que los asistentes los conozcan físicamente, además de poder realizar vivencialmente la manera correcta de colocación de los que sean posible.

Entre los métodos que se nombrarán está el condón, indicando que se debe de fijar que esté en buen estado (empaquete inflado) y revisar fecha de caducidad, ya que sin esto no tiene la misma efectividad, posteriormente se darán las siguientes instrucciones:

- a) En el momento apropiado (con el pene erecto) abre el paquete con las manos, con mucho cuidado. No lo abras con los dientes,

tijeras o uñas. Si se rasga o rompe el condón, puede permitir el paso del esperma o el intercambio de fluidos con tu pareja e incrementar el riesgo de contraer una infección de transmisión sexual.

- b) Toma el condón de la punta y con tus dedos índice y pulgar saca el exceso de aire que esta parte del preservativo tiene. Coloca el condón en la cabeza del pene. El lado correcto es el que te permite deslizarlo. Si pones lubricante (que sea de base de agua) dentro del preservativo, solo pon un poco en la punta para evitar que se salga el condón en un momento inesperado.
- c) Desenrolla el condón con cuidado hasta que llegue a la base del pene. Si el pene no tiene circuncisión, baja la piel antes de colocar el condón. Si vas a usar lubricante éste es el momento de ponerlo.
- d) Después de la eyaculación y con el pene aun erecto quita el condón sosteniéndolo de la base para evitar esparcir el semen. Finalmente, anuda el condón y ponlo en un basurero. Usa un condón nuevo para cada acto sexual.

También se hablará de los métodos químicos como son las píldoras, los parches, el subdérmico, anillo vaginal, donde se indicará cuál es su modo de uso, pero además se hará hincapié en que aunque son efectivos es indispensable que sea bajo supervisión médica, puesto que el uso de ellos depende de muchos factores como la regularidad o irregularidad del periodo, y los mismos niveles hormonales.

Se seguirá el mismo procedimiento con el espermaticida, DIU, y los otros métodos de barrera como el condón femenino o el diafragma.

Por último se hará hincapié en que ninguno de estos métodos es 100% efectivo y que lo ideal es que se use doble protección, recordando que el tener una sexualidad responsable implica que la pareja se cuide, no solo alguno de los miembros de ésta.

Finalmente, se compartirá la frase “Hablar del cuidado sexual no es alentar a mi hijo a tener relaciones sexuales, es quererlo y cuidarlo”.

Nuevamente se agradecerá su asistencia y se invitará a que asistan a la última sesión de los talleres.

Tabla 5.10 Propuesta de Taller de Sexualidad Responsable (6/6)

<b>FECHA:</b>	<b>GRADO: Bachillerato y Padres de Familia</b>
<b>DURACIÓN: 1hr. 30 min. Aprox.</b>	<b>TITULO TALLER: conSEXtizando</b>
<b>OBJETIVO GENERAL: Ofrecer un taller de sexualidad responsable en la adolescencia, que sea significativo e integral.</b>	<b>OBJETIVO SESIÓN: Revisar las diferentes campañas de sexualidad responsable que se han hecho a través del tiempo en México (y algunos otros países). Enlistar qué contenidos deberían incluir en dichas campañas.</b>

<b>TEMA /SUBTEMA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</b>	<b>INTENCIONALIDAD</b>	<b>RECURSOS A EMPLEAR</b>
<b>1) Bienvenida</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se agradecerá la asistencia de los padres de familia y	Recibir a padres y alumnos de una manera que los haga sentir como parte de la	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>

		alumnos.	institución.	
<b>2) Integración del Grupo</b>	10 min. aprox.	<b>Actividad:</b> "Círculo Sellado"	Busca que los participantes se desestresen antes de iniciar la última sesión.	- Integrantes
<b>3) Objetivo de la Sexta Sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Se explicará qué obtendrán con su participación en la última sesión.	Se espera que los papás y alumnos tengan un cierre de taller con un aprendizaje significativo.	- Presentación PP - Cañón - Laptop
<b>4) Contenidos deseados en Campañas de Sexualidad Responsables.</b>	15 min. aprox.	<b>Actividad:</b> "Deberían hablarnos de..."	Los integrantes del grupo externarán sus verdaderas necesidades con respecto a la información que las campañas de sexualidad responsable proporcionan.	- Pizarrón - Plumón
<b>RECESO</b>	15 min. puntual	<b>Actividad:</b> Tiempo libre	Relajarse y despejarse para poder continuar con la segunda parte de la sesión.	- Coffee Break opcional.
<b>5) Campañas de Sexualidad Responsable</b>	35 min. aprox.	<b>Actividad:</b> "Infórmate"	Concientizar que en una época de información ya no hay excusa para quedar embarazado o contagiarse de una ETS.	- Presentación PP - Cañón - Laptop

<b>6) Agradecimiento por asistencia e invitación a próxima sesión.</b>	5 min. aprox.	<b>Actividad:</b> Despedirme con una frase relacionada con el tema de la sesión y darles las gracias a los asistentes por haber asistido a todos los módulos.	Recalcar que sin su asistencia y participación el taller no hubiera sido posible y agradecerles por ser un maravilloso grupo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación PP</li> <li>- Cañón</li> <li>- Laptop</li> </ul>
--	---------------	--	---	--

Condiciones del Espacio: Aula amplia, bien iluminada y ventilada, equipada con cañón y computadora, sillas suficientes (depende el número de asistentes) colocadas en semicírculo.

Desarrollo del Taller:

1. Se les da la bienvenida por asistir al cierre del taller, y se les agradece que hayan completado su participación en cada una de las sesiones.
  
2. Se pedirá a un miembro del grupo que salga del aula y se le explicará que el grupo formará un círculo en el cual se le colocará en medio y él tendrá que buscar la manera de salir, dadas las instrucciones, se le pedirá que aguarde afuera hasta que se le indique. Una vez que nos aseguremos que dicha persona no puede oír lo que se comente en el salón, se les indicará a todos los demás integrantes que deberán colocarse en un círculo y tomarse de las manos, se les explicará que se colocará a la persona que salió del aula, dentro del círculo y que no deberán dejarla salir por ningún motivo a menos que ésta pida que por favor la dejen salir. Duración de actividad diez minutos.
  
3. Se les informará que esa sesión está destinada a tocar el tema de las

campañas sexualidad responsable, su funcionalidad y contenido.

4. Para conocer que información es la que tanto los adolescentes como los padres de familia consideran realmente importante recibir, se realizará a manera de gran grupo una lluvia de ideas donde externarán que información les gustaría recibir con respecto a la sexualidad responsable, así como en la manera que les gustaría que se las hicieran llegar. Todas estas ideas se irán anotando en el pizarrón para al final de esta actividad rescatar las ideas más predominantes. Duración de la actividad quince minutos.
5. Se hará una revisión de algunas de las campañas que el país ha lanzado dirigidas a que los adolescentes tengan una sexualidad responsable y se retomarán ideas de la actividad anterior, se hablará de que si bien estas campañas no están llegando al público deseado y de la manera adecuada por diversos factores como medios de comunicación inadecuados o contenido poco interesante para ellos, hay que echar manos a la obra y buscar la información que deseamos aunque ésta no llegue a nosotros. Labor que le corresponde tanto a padres como a hijos e incluso a la escuela.
6. Finalmente, se compartirá la frase “No hagas juicios de valor, mejor intenta comprender para que así sepas interpretar”. Finalmente se agradecerá el haber concluido el taller con nosotros, poniendo relevancia en el enriquecimiento que como padres-hijos esto causó.

## CONCLUSIONES

Una sociedad adecuadamente informada es una sociedad que tendrá la oportunidad de progresar, lamentablemente en nuestro país esto no aplica, por lo menos en lo que refiere a las campañas de sexualidad responsable que han existido desde años atrás hasta las que hoy en día dotan de información a la población mexicana.

Con base en los resultados que han sido expuestos en el apartado correspondiente se puede observar que los adolescentes pueden presentar indiferencia, desconocimiento e incomodidad por el término “sexualidad”, por lo que es de alguna manera comprensible que esto se refleje en miedo, rechazo o toma de decisiones inadecuadas con respecto a este tema.

Así mismo, aunque los resultados mostraron que en general los adolescentes viven su sexualidad de manera “sana”, no se puede dejar de resaltar que más del 50% de la muestra respondió que vive su sexualidad con “locura”, lo cual es alarmante debido a que eso puede estar reflejando la poca concientización que se puede tener de las consecuencias de tomar una decisión errónea, por que como bien lo sabemos, ¡con una basta!. En cuanto al concepto de la adolescencia, se pudo ver que se tiene un concepto ambivalente de ésta, por un lado se coincide en ser una etapa de diversión, seguridad, y comunicación, mientras que por otro lado contraste con adjetivos también predominantes como lo son sufrimiento, inestabilidad y ansiedad.

Los resultados a simple vista pudieran parecer contradictorios, sin embargo, es necesario considerar que simplemente reflejan la época de la

adolescencia, en la cual lógicamente tienen un manejo preciso de la etapa, puesto que la están vivenciando.

Hay que entender que aunque en la adolescencia se desee probar y hacer tantas cosas, es importante no solo negar a los hijos (o alumnos) realizar ciertas acciones, sino explicarles el porqué de esto, y tratar de crear una concientización de la situación, ya que existe una línea bastante delgada entre las acciones propias de la edad y conductas de riesgo que los pueden llevar a poner en peligro su propia vida. Específicamente en el tema de las campañas de sexualidad responsable y la actitud que tienen los adolescentes hacia ellas, es preciso mencionar que existe un concepto favorable, es decir, reconocen que es importante su existencia, ya que éstas pretenden ayudar y dotar de información a las personas a las que dichas campañas van dirigidas. Sin embargo, el otro lado de la moneda es que nuestros adolescentes consideran esta información como superficial, pues no responde en todos sentidos las dificultades o dudas que tienen al respecto, también resaltan calificativos tales como que el contenido es conservador, común y aburrido, pero lo más preocupante es que perciben dichas campañas como escasas.

Es también importante reflexionar si las campañas efectivamente son escasas o la realidad es que están difundidas inadecuadamente, por medios masivos de comunicación que ellos no acostumbran visitar con regularidad.

Es importante reconocer el papel que juegan en esta sociedad los medios masivos electrónicos; el uso de facebook, twitter permiten en esencia la comunicación, expresión e información de los adolescentes. Lamentablemente al realizar la investigación de las campañas existentes

actualmente, resaltó el hecho de que efectivamente si existen, pero, no se difunden o por lo menos no adecuadamente.

La información que les incluyen en las campañas es sosa, no les dice nada que no sepan o que incluso experimenten o vivan de cerca, por ejemplo, “si no usas condón te vas a embarazar y en vez de ir a fiestas estarás cambiando pañales”.

Será que en esta sociedad estamos en un nivel de consumo pero no de una utilización correcta de los objetos, incluyendo los de anticoncepción, que es fácil obtenerlos, sin embargo, eso no garantiza que se sepan utilizar.

Actualmente hay jóvenes que por ejemplo, saben que existe el condón pero no como usarlo, y por ende lo utilizan erróneamente, lo que eleva drásticamente la probabilidad de embarazarse o lo que es peor, por evitarse la pena de preguntar o hacerlo mal, prefieren no usarlo.

También está presente una situación para que las campañas sean poco realistas a la situación actual que vive el país y en específico el adolescente, la presencia de ideas consideradas anticuadas marca el sentido del sexo como un tabú.

¿Cómo logro tener una sexualidad responsable si no puedo hablar del tema abiertamente? ¿Me van a juzgar mis padres, maestros, amigos si les platico mis dudas con respecto a la sexualidad? ¿Creerán que soy una libertina al querer saber que método anticonceptivo puedo usar para tener relaciones sexuales? ¿Qué va a pensar el de la farmacia de mí si compro un condón?

Se debe hacer conciencia de que el tema de la sexualidad es algo natural, que es mejor hablarlo y aprenderlo desde casa y escuela, pero con información real y significativa.

Es importante considerar que los adolescentes vivirán su sexualidad lo apruebe o no lo apruebe el papá, la mamá, el hermano, el profesor o el amigo, por lo que es mejor dotarlos de información para que ellos tengan herramientas para afrontar su sexualidad paso a paso de una manera sana, segura e informada.

La formación de una sexualidad responsable es un trabajo colaborativo que debe incluir a la institución familiar, escolar, gubernamental, social, para que se vuelva un tema con información integral y significativa, que realmente lleve a resultados benéficos para los adolescentes y por ende para la sociedad, nuestra sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aberasturi, A. (1988). *La Adolescencia Normal*. México, D. F.: Paidós.
- Aguilar Castillo, L., (1988). *Programas de Educación Sexual para Niños con Retardo en el Desarrollo*. Tesis de Licenciado en Psicología, UNAM, México, D.F.
- Aller, L., (1994). *Perspectiva Histórica de la Educación Sexual y la Sexología Clínica en América Latina. VII Congreso Latinoamericano de Sexología y Educación Sexual*. La Habana, Cuba: FLASSES.
- Blos, P., (1992). *Psicoanálisis de la Adolescencia*. (2ª. ed.) México, D.F: Joaquín Mortiz.
- Brooks, F., (1959). *Psicología de la Adolescencia*. Buenos Aires, Argentina: Kapelusz.
- Camarillo, M. (2006). *Medición de la efectividad de un video educativo acerca de la prevención del embarazo en adolescentes "La foto del recuerdo" en alumnas que cursan el tercer grado de telesecundaria en Cholula*. Tesis de Licenciado en Ciencias de la comunicación, UDLA, México, Puebla.
- Carbajal Guerra, M., Ortega,B. (2005). *Relación entre calidad de vida, satisfacción laboral, apoyo social e identificación grupal con las actitudes hacia la nueva reforma al régimen de jubilaciones y pensiones del IMSS: estudio de un caso*. Tesis de Licenciado en Administración de Empresas, UDLA,México, Puebla.
- Corona Vargas, E., (2003). *Hablemos de Educación y Salud Sexual*. México, D.F.: UNFPA.

- De la Cruz Cadena, M. (2007). *Necesidades de Información sobre Sexualidad Responsable en Jóvenes Estudiantes Universitarios*. Tesis de Licenciado en Innovaciones Educativas, UDLA, México, Puebla.
- Flores Curiel, C., (1985). *Conducta Sexual en Sujetos con Retardo en el Desarrollo*. Tesis de Licenciado en Psicología, UNAM, México, D.F.
- García Lirios, C. (2010). *La estructura de la actitud hacia la atención tanatológica*. Argentina: Redalyc.
- Gómez de Silva, G. (1988). *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Española*. México: Colegio de México.
- Hernández Sampieri, R. (2007). *Metodología de la Investigación*. (4ª). México: McGraw Hill.
- Honold, J. (2005). *Diseño de un Instrumento para la Evaluación de Información y Actitudes ante la Sexualidad*. Tesis de Licenciado en Psicología, UNAM, México, D.F.
- Hughes, G., (1978). *Mercadotecnia: Planeación Estratégica*. Estados Unidos: Addison- Wesley.
- Katchadourian, L., (1992). *Las Bases de la Educación Sexual Humana*. México, D.F.: SECSA.
- Macouzet, E., Vazquez, D. (2003). *Formación y modificación de actitudes hacia la homosexualidad: un enfoque experimental*. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, UDLA, México, Puebla.
- Mata Morales, M., Razo, R. (2006). *Sistema de Información para la Enseñanza del Tema de la Sexualidad a Niños de 6to. de Primaria*. Tesis de Licenciado en Diseño de Información, UDLA, México, Puebla.
- Morales Domínguez, D. (2000). *Psicología Social*. (3ª). Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Morales Villa, I. (2010). *Taller: Escuela para Padres por Competencia*. México, D.F.: UIN.

- Myers, F. (2007). *Psicología Social*. (6ª). Colombia: Mc Graw Hill.
- Orlando R., M., (1993). *Didáctica de la Educación Sexual*. Argentina: El Ateneo.
- Quijada, O., (1983). *Diccionario Integrado de Sexología*. Madrid: Alambra.
- Real Academia de la Lengua (1970). *Diccionario de la Lengua Española*. (22ª. ed.) Madrid, España.
- Reinisch, J., (1990). *Nuevo Informe Kinsey sobre Sexo: Todo lo que Usted Debe Saber sobre Sexualidad*. España: Paidós.
- Rojas Osorio, R. (2004). *Actitudes y significado psicológico hacia religión, religiosidad, espiritualidad, vida y sentido de vida*. Tesis de Licenciado en Psicología, UDL, México, León.
- Salmon, Ch. (1989). *Information Campaigns: Balancing Social Values and Social Change*. Newbury Park: Sage Publications.
- Sánchez Azcona, J., (1977). El Adolescente y el Carácter Social. *Revista de Psicología Educativa*. México.
- Scultz, D. (1984). *Strategic Advertising Campaigns*. (2ª). Estados Unidos: National Textbook Company.
- Valero García, J. (2003). *La Escuela que Yo Quiero*. (4ª). México, D.F.: Progreso.
- Villagomez García, N., (1998). *Estudio Comparativo del Nivel de Ansiedad-Rasgo y Ansiedad- Estado entre Adolescentes Hijos de Padres Divorciados y Adolescentes Hijos de Familias Integradas, Mediante el Inventario de IDARE*. Tesis de Licenciado en Psicología, Universidad Femenina de México, México, Distrito Federal.
- Windhal, S., (1992). *Using Communication Theory*. Newbury Park: Sage Publication.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- AIDES, (2010). Video: *Graffiti*. Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=mw80FnIE5iU>
- Aguilar Gil, J. (2007). *La Educación de la Sexualidad en las Políticas Públicas*. México: Recuperado el 26 de Agosto del 2013, de [www.reformasecundaria.sep.gob.mx/%2Fciencia\\_tecnologia%2FEducsexual%2FDrAguilarDemysel.ppt&ei=7w0tUb36AbHO8QHDsIC4Ag&usg=AFQjCNG4yXtIHO4TIJno\\_qC7q4G1a2S9Ng&bvm=bv.42965579,d.b2U](http://www.reformasecundaria.sep.gob.mx/%2Fciencia_tecnologia%2FEducsexual%2FDrAguilarDemysel.ppt&ei=7w0tUb36AbHO8QHDsIC4Ag&usg=AFQjCNG4yXtIHO4TIJno_qC7q4G1a2S9Ng&bvm=bv.42965579,d.b2U)
- AIDES. (2012). Francia: Recuperado el 19 de Febrero del 2013, de <http://www.aides.org/>
- Aller, L. (2006). Artículo: *Historias de la Educación Sexual*. Argentina: Recuperado el 05 de Febrero, de <http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/historia-del-movimiento-sexologico/historias-de-la-educacion-sexual>
- A.M.A.D.A., (2007). Artículo: *Día Mundial de Prevención del embarazo no Planificado en Adolescentes*. Argentina: Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de [http://www.amada.org.ar/PDF/imprimibles/novedades\\_dia\\_mundial.pdf](http://www.amada.org.ar/PDF/imprimibles/novedades_dia_mundial.pdf)
- Amaya, L., Díaz, C. (2008). *El Comportamiento del Consumidor de Cerveza Franca*. Perú: Recuperado el 15 de Noviembre del 2012, de <http://es.scribd.com/doc/33865287/30/Funciones-de-las-actitudes>
- Bianco, F., (1994). Artículo: *Perspectiva Histórica de la Educación Sexual y la Sexología Clínica en América Latina*. Cuba: Recuperado el 06 de Febrero del 2013, de [http://www.cippsv.com/pdfs/Perspectiva\\_Historica.pdf](http://www.cippsv.com/pdfs/Perspectiva_Historica.pdf)
- Chaher, S., (2011). Artículo: *Historia de la Educación Sexual Integral* Argentina: Recuperado el 06 de Febrero del 2013, de <http://www.argenpress.info/2011/09/historia-de-la-educacion-sexual.html>

Cimacnoticias., (2006). Artículo: *Proyecto "Las Condoneras" sobre Prevención y Salud Sexual*. México: Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.cimacnoticias.com.mx/node/59514>

Consejo Nacional de Población (CONAPO). Recuperado el 22 de Julio del 2012, de [http://www.conapo.mx/es/CONAPO/Republica\\_Mexicana](http://www.conapo.mx/es/CONAPO/Republica_Mexicana)

CONAPO, Artículo: *Hablemos de Sexualidad en la Escuela Secundaria*. México: Recuperado el 05 de Enero del 2013, de [http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Guia\\_del\\_Facilitador](http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Guia_del_Facilitador)

CONAPO, Artículo: *Campaña para la Prevención Integral del Embarazo Adolescente no Planificado e Infecciones de Transmisión Sexual*. México: Recuperado el 05 de Enero del 2013, de [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Campana\\_para\\_la\\_Prevention\\_Integral\\_del\\_Embarazo\\_Adolescente\\_No\\_Planificado\\_e\\_Infecciones\\_de\\_Transmision\\_Sexual](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Campana_para_la_Prevention_Integral_del_Embarazo_Adolescente_No_Planificado_e_Infecciones_de_Transmision_Sexual)

CONAPO, Artículo: *Perfil de la Salud Reproductiva de la República Mexicana*: Recuperado el 07 de Enero del 2013, de [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Perfil\\_de\\_la\\_salud\\_reproductiva\\_de\\_la\\_Republica\\_Mexicana](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Perfil_de_la_salud_reproductiva_de_la_Republica_Mexicana)

CONAPO, (2011). Video: *El Recreo, 2000*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=U9Dd8m-83O8>

CONAPO, (2010). Video: *Planificación Familiar, 1980*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=SQNmvdVgpeU&feature=endscreen>

CONAPO, (2010). Video: *Programa Nacional de Salud, 1991*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=bKT7AqYXz1s&feature=endscreen>

CONAPO, (2012). Video: *Protege T*, 2012. Recuperado el 04 de Marzo del 2013,

<http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=v6oHIRidLME&feature=endscreen>

n

CONAPO, (2011). Video: *Prueba de Amor, 2000*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=KtlQC9aNDY>

División de población de las Naciones Unidas., (2010). Artículo: Campaña Mundial sobre Sexualidad Segura y Responsable. España: Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de <http://es.shvoong.com/medicine-and-health/epidemiology-public-health/2057274-campa%C3%B1a-mundial-sobre-sexualidad-segura/>

El Espectador. Nota: Lanza Campaña de Sexualidad. Colombia: Recuperado el 19 de Febrero del 2013, de <http://www.elespectador.com/impreso/vivir/articuloimpreso-224968-lanza-campana-de-sexualidad>

El Universal (2012). Artículo: *57% de Universitarios no usa Condón: IMESSEX*. México: Recuperado el 26 de Febrero del 2013, de <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/202933.html>

El Universal (2008). Artículo: *Lanza GDF Campaña de Salud Sexual*. México: Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/509120.html>

El Universal (2010). Artículo: *SEP Promoverá Sexo Responsable*.

México: Recuperado el 26 de Febrero del 2013, de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/715529.html>

Elejabarrieta, F., Iñiguez, L., Artículo: *Construcción de Escalas de Actitud tipo Thurston y Likert*. México: Recuperado el 15 de Noviembre del 2012, de

<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/6820/6246>

Elía Marcos, J. Blog: *Historia del Movimiento anti-vida y del Control de la Población*. Recuperado el 14 de Julio del 2012, de <http://10birthcontrol.blogspot.mx/>

Euroresidentes., Artículo: *La Pubertad*. España: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de <http://www.euroresidentes.com/adolescentes/pubertad.htm>

Excelsior, (2012). Artículo: *Lanza GDF Campaña de Salud Sexual Juvenil "Úsalo"*. México: Recuperado el 01 de Marzo del 2013, de <http://www.excelsior.com.mx/2012/01/12/comunidad/801778>

Facebook., (2012). *Brigadas de Salud Sexual, INJUVE*. México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de <https://www.facebook.com/saludinjuve>

Facebook., (2011). *ElCondomovil.*, México: Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <https://www.facebook.com/condomovil/info#!/condomovil>

Facebook., (2012). *Trojan*. México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de <http://www.facebook.com/trojanmx>

Flores Ochoa, K., *Ensayo: La Educación Sexual en México*. México: Recuperado el 07 de Febrero del 2013), de <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Educaci%C3%B2n-Sexual-En-M%C3%A8xico/187602.html>

Fonseca León, J. Estadísticas: *Estadística de Adolescentes- México*. Recuperado el 22 de Julio del 2012, de <http://e-mexico.gob.mx/documents/29736/73320/Adolescencia-estadistica.pdf>

Fragassi, S., Artículo: *Que es la Actitud*. México: Recuperado el 13 de Noviembre del 2012, de <http://www.emagister.com/curso-basico-psicologia-general/que-es-actitud>

Gente Joven., (2012). México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de <http://gentejoven.org.mx/index.php/blog>

GDF., (2013). Artículo: *Campaña de Vacunación contra el Virus del Papiloma Humano*. México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de [http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com\\_content&task=view&id=158](http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com_content&task=view&id=158)

Guio, O., Artículo: *Historia de la Educación Sexual*. México: Recuperado el 06 de Febrero del 2013, de <http://educacionsexualparalafamilia.blogspot.mx/2009/02/historia-de-la-educacion-sexual.html>

Hanssen, G., Artículo: *Promoción de la Actividad Física en Adolescentes*. México: Recuperado el 27 de Noviembre del 2012, de <http://www.serviciosmedicos.pemex.com/salud/adolescencia.pdf>

Herrera Maldonado, A. Tesis: *El Médico Residente de Medicina Familiar ante la Sexualidad Humana*. Recuperado el 07 de Enero del 2013, de [http://oreon.dgbiblio.unam.mx:8991/F/P7YLJSSE86N4L2HGAMUI8ETCTMMRH9RISUBY2VYI63413ENV78-11145?func=find-acc&acc\\_sequence=001018899](http://oreon.dgbiblio.unam.mx:8991/F/P7YLJSSE86N4L2HGAMUI8ETCTMMRH9RISUBY2VYI63413ENV78-11145?func=find-acc&acc_sequence=001018899)

Herrera Santi, P., Artículo: *Principales Factores de Riesgos Psicológicos y Sociales en el Adolescente*. Recuperado el 11 de Enero del 2013, de [http://bvs.sld.cu/revistas/ped/vol71\\_1\\_99/ped06199.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/ped/vol71_1_99/ped06199.htm)

Iniciativa de Comunicación y Medios para el Desarrollo de América Latina y el Caribe. Artículo: *Campaña de Sexualidad en Perú*. Perú: Recuperado el 19 de Febrero del 2013, de <http://www.comminit.com/la/node/43015>

Instituto Mexicano de Sexualidad (IMESEX). México: Recuperado el 26 de Febrero del 2013, de <http://www.imesex.edu.mx/investigaciones.htm>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). México: Recuperado el 22 de Julio del 2012, de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=9>

INJUVEN. Video: *Sexualidad responsable, Tú Decides*, 2011. Recuperado el 01 de Marzo del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=nUHFwZhGOHs>

Institutos Nacionales de Salud (NIH). *Artículo: Pubertad y Adolescencia*. EUA: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/001950.htm>

IPPF. Hoja informativa: *La necesidad de planificación familiar entre las y los jóvenes*. Recuperado el 14 de Julio del 2012, de [http://www.countdown2015europe.org/wp-content/uploads/2012/04/IPPF\\_FactSheet-3\\_Youth-ES2.pdf](http://www.countdown2015europe.org/wp-content/uploads/2012/04/IPPF_FactSheet-3_Youth-ES2.pdf)

Juventudes y Derechos Humanos, (2011). *Artículo: Relanzan Campaña de Planificación CONAPO*. México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de <http://juventudesyddhh.blogspot.mx/2011/05/relanzan-campana-de-planificacion.html>

Lugones Botell, M., Quintana Riverón, T. (1996), *Artículo: Orígenes de la anticoncepción*. Cuba: Rev Cubana Med Gen Inegr. Recuperado el 15 de Julio del 2012, de [http://www.bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol12\\_4\\_96/mgi14496.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol12_4_96/mgi14496.htm)

Mars, V., *Artículo: Resistencia ante la Persuasión*. Recuperado el 20 de Noviembre del 2013, de <http://www.psicologia-online.com/pir/resistencia-ante-la-persuasion.html>

Mars, V., *Artículo: Persuasión y Cambio de Actitudes*. España: Recuperado el 20 de Noviembre del 2012, de <http://www.psicologia-online.com/pir/persuasion-y-cambio-de-actitudes.html>

Martínez Costa, J., Artículo: *Adolescencia y Sexualidad*. Recuperado el 07 de Enero del 2013, de [http://www.consultasexual.com.mx/Documentos/adolescencia\\_y\\_sexualidad.htm](http://www.consultasexual.com.mx/Documentos/adolescencia_y_sexualidad.htm)

Martínez Costa, J., Artículo: *El Recato y la Conducta del Adolescente Normal*. España: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de [http://www.uv.es/ayala/jvmc/el\\_recato\\_y\\_la\\_conducta\\_del\\_adolescente\\_normal.pdf](http://www.uv.es/ayala/jvmc/el_recato_y_la_conducta_del_adolescente_normal.pdf)

Menkes, C., Suárez López, L. (2003). Artículo: *Sexualidad y Embarazo adolescente en México*. México: Redalyc. Recuperado el 22 de Julio del 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/112/11203511.pdf>

Merlo Barajas, P. (1997). Artículo: *Anticoncepción de emergencia y jóvenes en México: Compartiendo el Secreto*. México: Recuperado el 14 de Julio del 2012, de <http://www.clae.info/downloads/encuentro/MerloPatriciaAEMexico.pdf>

Milenio, (2011). Artículo: *Inicia Campaña de Salud Sexual*. México: Recuperado el 01 de Marzo del 2013, de <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9037882>

Mondragón, S., (2005). *Semantic Differential Applied to the Evaluation of Machine Tool Design*. *International Journal of Industrial Ergonomics*. España: Recuperado el 14 de Marzo del 2013, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S016981410500082X>

MSN Noticias. (2013). Video: *IMESEX Revela Hábitos Sexuales de Jóvenes Mexicanos*. México: Recuperado el 26 de Febrero del 2013, de <http://video.mx.msn.com/watch/video/imesex-revela-habitos-sexuales-de-jovenes-mexicanos/2j6oj5e9m>

MTV. *Tu Futuro. Tu Elección. Tu Anticonceptivo*. Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de [www.sextumismo.com](http://www.sextumismo.com)

MTV. Video: *Campaña Tu Futuro. Tu Elección. Tu Anticonceptivo*. Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de [www.youtube.com/watch?v=gnX4W9REfw](http://www.youtube.com/watch?v=gnX4W9REfw)

Noticieros Televisa. (2011). Artículo: *Encabeza Ebrard Campaña de Salud reproductiva en DF*. México: Recuperado el 01 de Marzo del 2013, de <http://noticierostelevisa.esmas.com/df/342588/encabeza-ebrard-campana-salud-reproductiva-df>

Notiese., (2012). Artículo: *Mezclan rock, Condones e Información en Nueva Campaña para Jóvenes*. México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de [http://www.notiese.org/notiese.php?ctn\\_id=5891](http://www.notiese.org/notiese.php?ctn_id=5891)

Ocampo Lara, M. (2003). *Diagnóstico de Comunicación, para Crear una Estrategia de Campaña Social, que Cree Conciencia, Impacte, Informe y Reduzca los Accidentes Automovilísticos en la Recta Cholula - Puebla, Ocasionados por los Estudiantes de la UDLA entre 18 y 25 Años de Edad*. [Versión Electrónica]. Tesis de Licenciado en Ciencias de la comunicación. UDLA, México: Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/ocampo\\_l\\_ma/portada.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/ocampo_l_ma/portada.html)

Onda Elástica., (2012). *Trojanpa' la Banda*. México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de <http://www.ondaelastica.com.mx/w/category/noticias/>

ONUSIDA, Recuperado el 07 de Enero del 2013, de <http://www.unaids.org/es/dataanalysis/>

Organización Panamericana de la Salud. (2012). Artículo: *Salud de los Adolescentes*. México: Recuperado el 05 de Febrero del 2013, de [http://new.paho.org/mex/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=96&id=814&Itemid=338](http://new.paho.org/mex/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=96&id=814&Itemid=338)

Orozco, E., Sobral, A. (2012). Adaptado por Solis Arzate (2013). *Un Cuento Sobre Adolescentes: El Despertar Sexual de la Adolescencia*. Recuperado

el 12 de Agosto del 2013, de <http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/un-cuento-sobre-adolescentes-el-despertar-sexual-de-la-adolescencia>

Ortega Gutiérrez, D. (1995). Artículo: *Amor y pasión en el pensamiento de Bertrand Russell*. En el XXV aniversario del fallecimiento del filósofo. Madrid: Recuperado el 15 de Julio del 2012, de [http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&sqi=2&ved=0CFAQFjAB&url=http%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FASHF%2Farticle%2Fdownload%2FASHF9595110131A%2F5039&ei=a5EDUNCLO4qq2gWcxLjECw&usg=AFQjCNEuQNo-IWHkjF\\_Kyswfk3BwdlrQWQ](http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&sqi=2&ved=0CFAQFjAB&url=http%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FASHF%2Farticle%2Fdownload%2FASHF9595110131A%2F5039&ei=a5EDUNCLO4qq2gWcxLjECw&usg=AFQjCNEuQNo-IWHkjF_Kyswfk3BwdlrQWQ)

Pérez Pérez, M. (2008). Artículo: *Sexualidad. Acto Sexual*. Recuperado el 31 de Enero del 2013 <http://www.emagister.com/curso-la-sexualidad/sexualidad-acto-sexual>

Piscoya, P. Artículo: *Cambios Físicos durante la Adolescencia*. México: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de <http://www.slideshare.net/pathyp75/cambios-fsicos-durante-la-adolescencia>

PortalSIDA. Artículo: *El Condomovil: 100.000 kilómetros de protección*. México: Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de [http://www.portalsida.org/repos/colsol\\_condomovil\\_SPN.pdf](http://www.portalsida.org/repos/colsol_condomovil_SPN.pdf)

Poveda, A. Artículo: *Nutrición en la Adolescencia*. España: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de [http://web.usal.es/~angelpoveda/web/nutricionadolescencia/los\\_cambios\\_en\\_la\\_pubertad.html](http://web.usal.es/~angelpoveda/web/nutricionadolescencia/los_cambios_en_la_pubertad.html).

PROFAM. Video: *Medicamentos Anticonceptivos, 1980*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=DSTIaKKppi0>

Pro familia Colombia., Artículo: *Temas de Sexualidad*. Colombia: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de

[http://www.profamilia.org.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=315:cambios-fisicos-en-las-mujeres&catid=55](http://www.profamilia.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=315:cambios-fisicos-en-las-mujeres&catid=55)

PROSALUD. *Campañas de Sexualidad*. Venezuela: Recuperado el 19 de Febrero del 2013, de <https://www.facebook.com/notes/prosalud-venezuela-educaci%C3%B3n-sexual-una-necesidad-una-opci%C3%B3n-y-un-derech/4to-programa-radial-espacios-de-sexualidad/10150273372725277>

Psicología UNAM., (2012). *Escala de Diferenciación Semántica*. México: Recuperado el 14 de Marzo del 2013, de <http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/MET10F.pdf>

Santa Cruz Boliva, X. Artículo: *Sexualidad y Aprendizaje en Familia* de Origen. Chile: Recuperado el 29 de Noviembre del 2012, de <http://www.ecovisiones.cl/informacion/dessexninos.htm>

Santos Sánchez, S., (1979). Artículo: *Diferencial Semántico y Actitudes*. España: Recuperado el 14 de Marzo del 2013, de <http://www.fgbueno.es/bas/pdf/bas10602.pdf>

Scharager, J., (2001). Artículo: *Muestreo No Probabilístico*. Chile: Recuperado el 12 de Diciembre del 2013, de [http://cursos.uc.cl/unimit\\_psi\\_003-1/almacen/1222368251\\_jscharag\\_sec4\\_pos0.pdf](http://cursos.uc.cl/unimit_psi_003-1/almacen/1222368251_jscharag_sec4_pos0.pdf)

SEP (2012). *Guía Básica, Escuela Segura para Secundaria*. Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de <http://basica.sep.gob.mx/escuelasegura/pdf/guias/guiaAlumSecu.pdf>

SEP (2012). *Campaña para la Prevención Integral del Embarazo e Infecciones de Transmisión Sexual*. México: Recuperado el 26 de Febrero del 2013, de [http://uecytm.sep.gob.mx/es/dgecytm/Campaa\\_Previncin\\_Embarazo\\_y\\_ET](http://uecytm.sep.gob.mx/es/dgecytm/Campaa_Previncin_Embarazo_y_ET)

Simicondón, (2012). México: Recuperado el 04 de Marzo del 2013, de

<http://www.simicondon.com/haztelaprueba.html>

Sotillo, R., Artículo: *Comunicación Persuasiva y Cambio de Actitudes*. México: Recuperado el 20 de Noviembre del 2012, de

<http://www.capitalemocional.com/autor/crisharo/comactitud.htm>

Televisa, (2012). Artículo: *Todo es Mejor en Familia*. México: Recuperado el 01 de Marzo del 2013, de <http://www.televisa.com/noticias-corporativas/142243/todo-mejor-familia/>

Televisa. Video: *Todo es Mejor en Familia: Sexualidad en los Adolescentes*, 2011-2012. Recuperado el 01 de Marzo del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=XQZX01U8pGM>

Televisa. Video: *Cuando Estamos Juntos, 1986*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=i0itcSdwujM>

Televisa,. Video: *Detente, 1986*. Recuperado el 27 de Febrero del 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=bMedcO0w154>

Toro, Victoria., Artículo: *Que es la Adolescencia*. México: Recuperado el 27 de Noviembre del 2012, de <http://adolescentes.about.com/od/Salud/a/Qu-E-Es-La-Adolescencia.htm>

Toro, Victoria., Artículo: *Qué es la Pubertad*. México: Recuperado el 31 de Enero del 2013, de <http://adolescentes.about.com/od/sexo/a/Qu-E-Es-La-Pubertad.htm>

Tu vida, Tu responsabilidad., (2010). Recuperado el 12 de Febrero del 2013, de [www.tuvidatudecision.com](http://www.tuvidatudecision.com)

UDEA., (2001). Artículo: *Escala para Medir Actitudes*. Recuperado el 08 de Marzo del 2013, de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1697/1346>

UNICEF., (2009): <http://www.unicef.org/> (21 de Febrero del 2013)

## ANEXOS

**Querido alumno**, lee las siguientes instrucciones con mucha atención:

**Instrucciones:**

Lee las afirmaciones atentamente, revisa todas las opciones y escribe una cruz (X) en el intervalo que sientas que más te hace pensar en el estímulo evaluado.

Evita dejar preguntas sin responder. Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas, cada uno de nosotros piensa y siente diferente.

Utiliza de preferencia un lápiz para contestar el cuestionario para que si te es necesario puedas borrar.

Tus respuestas son privadas. Nadie en la escuela conocerá tus resultados. Es muy importante que contestes a cada pregunta apegado a tu realidad.

Tienes 20 minutos para contestar el cuestionario, por lo que se te pide realizarlo con rapidez y no consultar respuestas anteriores.

**¡ ¡ De antemano agradecemos tu cooperación! ! !**

***Ejemplo de Respuesta:***

2. La baja calidad de la educación en nuestro país se debe a la ineficiencia de los maestros.

Verdad     Mentira

Como se mostró en el ejemplo anterior, si consideras que el enunciado está asociado con la verdad, aunque no es 100% cierto, entonces pondrás la cruz en la segunda raya.

Si por el contrario creyeras que es una total mentira, colocarías tu cruz en la línea final.

Así:

2. La baja calidad de la educación en nuestro país se debe a la ineficiencia de los maestros.

Verdad     Mentira

Si tienes alguna pregunta no dudes en hacerla, si no, ¡Empieza a contestar!

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: Masculino

Femenino

**1) CUANDO ME MENCIONAN LA PALABRA SEXUALIDAD PIENSO EN...**

AGRADABLE					DESAGRADABLE
INEXPRESIÓN					EXPRESIÓN
CURIOSIDAD					INDIFERENCIA
DELICADO					BRUSCO
TEMOR					VALENTÍA
UNIÓN					DESUNIÓN
ATREVIMIENTO					TIMIDÉZ
EMOTIVO					FÍSICO
DESAGRADO					PLACER
REFLEXIVO					IMPULSIVO
DESCONFIANZA					CONFIANZA
INHIBIRSE					EXPERIMENTAR
DESAMOR					AMOR
CÓMODO					INCOMODO
DIVERSIÓN					ABURRIMIENTO
EDUCACION					IGNORANCIA
GRUPAL					INDIVIDUAL
INSIGNIFICANTE					IMPORTATE
RESPONSABILIDAD					IRRESPONSABILIDAD
SATISFACCIÓN					INSATISFACCIÓN
MIEDO					SEGURIDAD
PREVENCIÓN					DESCUIDO
IRRACIONAL					RACIONAL
FELICIDAD					INFELICIDAD
GUSTO					DISGUSTO
INMORAL					MORAL
ACEPTADO					RECHAZADO
DESCONOCIMIENTO					CONOCIMIENTO
ERÓTICO					PASIONAL

2) VIVO MI SEXUALIDAD CON...					
SEGURIDAD					MIEDO
CERTIDUMBRE					INCERTIDUMBRE
LIBERTAD					DEPENDENCIA
NOVEDAD					RUTINA
TRISTEZA					ALEGRÍA
AGRESIÓN					ARMONÍA
TEMOR					ATREVIMIENTO
DIVERSIÓN					ABURRIMIENTO
EMOCIÓN					INDIFERENCIA
GUSTO					DISGUSTO
DESCONFIANZA					CONFIANZA
CUIDADO					DESCUIDO
DESINTERES					CURIOSIDAD
RESPONSABILIDAD					IRRESPONSABILIDAD
ATREVIMIENTO					TIMIDÉZ
DESILUSIÓN					ILUSIÓN
DESINFORMACIÓN					INFORMACIÓN
PASIÓN					APATÍA
TORPEZA					INTELIGENCIA
INDIVIDUALIDAD					PAREJA
PRUDENCIA					LOCURA
RELAJACIÓN					ANSIEDAD
INSENSIBILIDAD					SENSIBILIDAD
NERVIOSISMO					SERENIDAD
RESPECTO					FALTA DE RESPETO
DESAGRADO					PLACER
DESCUIDO					PRECAUCIÓN
SIMPLE					COMPLICADO
TRANQUILIDAD					PREOCUPACIÓN

**3) PARA MÍ LA ADOLESCENCIA ES UNA EPOCA DE...**

ABSTENERSE					ARRIESGARSE
ALCOHOL					SOBRIEDAD
IRRESPONSABILIDAD					RESPONSABILIDAD
ENEMIGOS					AMIGOS
QUIETUD					INQUIETUD
CLARIDAD					CONFUSIÓN
DESAMOR					AMOR
INCOMPRENSIÓN					COMPRENSIÓN
INCOMUNICACIÓN					COMUNICACIÓN
CURIOSIDAD					INDIFERENCIA
DECISIÓN					INCERTIDUMBRE
DIVERSIÓN					ABURRIMIENTO
MIEDO					SEGURIDAD
EXPERIMENTAR					INHIBIRSE
INDEPENDENCIA					DEPENDENCIA
INOCENCIA					MALICIA
DESEQUILIBRIO					EQUILIBRIO
MADUREZ					INMADUREZ
LIBERTINAJE					LIBERTAD
AISLAMIENTO					SOCIALIZAR
OBEDIENCIA					REBELDÍA
RELAJACIÓN					ANSIEDAD
INESTABILIDAD					ESTABILIDAD
SUPERACIÓN					RETROCESO
TOLERANCIA					INTOLERANCIA
CAMBIOS DE HUMOR					ESTABILIDAD EMOCIONAL
COMPAÑÍA					SOLEDAD
DUDA					CONOCIMIENTO
ESTANCAMIENTO					CRECIMIENTO
TRANQUILIDAD					DESESPERACIÓN
VALORACIÓN					DESPRECIO
VITALIDAD					APATÍA

4) PIENSO QUE LAS CAMPAÑAS DE SEXUALIDAD RESPONSABLE SON...					
ACCESIBLES					INACCESIBLES
ANTICUADAS					ACTUALES
CULTAS					INCULTAS
DIFUNDIDAS					DESCONOCIDAS
EFICIENTES					INSERVIBLES
INADECUADAS					ADECUADAS
CARENTES					COMPLETAS
PREVENTIVAS					CORRECTIVAS
CONVENCIONALES					CREATIVAS
EXISTENTES					INEXISTENTES
DESCONFIABLES					CONFIABLES
AYUDA					TRABA
VASTAS					ESCASAS
DESHONESTAS					HONESTAS
CLARAS					CONFUSAS
INSIGNIFICANTES					IMPORTANTES
PROFUNDAS					SUPERFICIALES
CONSERVADORAS					LIBERALES
RESPONSABLES					IRRESPONSABLES
SALUDABLES					INSALUBRES
DESINFORMATIVAS					INFORMATIVAS
ABURRIDAS					INTERESANTES
MMC* ADECUADOS					MMC* INADECUADOS
NOVEDOSAS					COMÚNES
OBJETIVAS					SUBJETIVAS
POSITIVAS					NEGATIVAS
INSEGURAS					SEGURAS
COMPLICADAS					SIMPLES
SUFICIENTES					INSUFICIENTES

MMC\* = MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Elaboró: Psic. Liliana Solis Arzate

## UN CUENTO SOBRE ADOLESCENTES: EL DESPERTAR SEXUAL DE LA ADOLESCENCIA

Este cuento relata las peripecias de Mariana, una chica que podría ser cualquiera, de cualquier preparatoria, de cualquier estado, de cualquier país de Latinoamérica. Mariana, solamente una chica.

Mariana -...Mamá! me voy!, me voy a ver con mis amigas donde siempre!

Mamá -¿A qué hora vas a regresar?

Mariana – No sé, te llamo o mando un mensajito, chau.

Salí de casa como siempre, corriendo y checando que trajera el celular, los audífonos, un poco de dinero, delineador negro y brillo labial.

Ya en la esquina de Naranjo y Carpio estaban mis amigas de la prepa, me encanta pasar tiempo con ellas. Cada una tiene algo, por ejemplo Ceci, que como siempre estaba con un novio, Yesi con ropa nueva e histeriquiando con todos, hasta con las chicas, Vale, escuchando regetton, y los chicos a los que no les conozco el nombre. Bueno, si, a Leo claro que lo ubico, le pasé mi facebook, pero todavía no me ha agregado, él me cae bien. Muy bien. Me gustaría que me agregue en el face para conocernos mejor. A mi mamá no le gusta porque dice que se le ven los calzones, pero así es como se usan ahora los pantalones,.....no entiende nada. Yo espero a salir de casa para bajarme un poco los pantalones y que se me vea el resortito de la tanga.

Y si, estuvimos mucho tiempo ahí, ¿Qué hacíamos?, no sé. Creo que nada. Pero esta bueno estar ahí todos juntos. Los chavos compraron un six, y lo tomamos entre todos, o mejor dicho, lo tomaron, yo hice como que tomaba, la verdad es que no me gusta la cerveza, pero me da vergüenza decir que no me gusta o que no quiero. Y esta vez, cuando Leo me pasó la lata me dijo: “por la tarde chateamos.”

No supe qué decir, y solo hice el gesto que sí con la cabeza y se fue.

Lo que sí me hizo pensar un poco es que las chicas me joden con que no puedo

seguir siendo virgen, la verdad que el tema me da miedo. Además, no me gusta hablarlo delante de los chicos que no conozco, van a pensar que soy media santurróna o que tengo alguna enfermedad. Pero la realidad es que no he tenido un novio oficial, o un amigo con derechos. También pienso ¿y si duele?, ¿si mi mamá se entera?, ¿y mi papá? Sí que me mata, pero ¿dónde lo haría?, Ceci dice que el baño del billar, ahí está bueno, pero me da vergüenza, nos pueden ver, a pesar de ser un lugar bien oscuro, pero tengo otra cosa en mente, deseo que sea diferente, no sé cómo, pero diferente. Ceci dice que le doy muchas vueltas que soy una miedosa, es más, soy la única que soy virgen del grupo, y hasta me están mirando con cara rara.

Otra de las chicas como Vale han hecho apuestas, “¡2 chelas a que sí lo hago esta noche!”, y en el mismo billar lo hicieron, fue más fácil de lo que se piensa dijo, pero cuando le pregunté si le gusto, se quedó pensando, y salió con otra cosa, el chico fue cualquiera, el del Facebook de la semana, de ese que creyó estar enamorada porque también le gusta el regetton, los perros y tienen el mismo celular, hasta que lo conoció en persona y se dio cuenta de que es medio menso. Y después no lo vio más: “Entra al chat pero me hago la tonta”. Me dijo hace unos días.

Regi, lo hizo en el auto de Carlos, claro que ella estaba mega enamorada y tenía una relación súper seria, él ya conoce a la familia de ella, además de que es muy formal y maduro para su edad, fuma desde los 13 y no le dice a sus papás a qué hora regresará a casa. En el cole los viejos de él le dijeron:

- ¡Tú sabrás si repruebas el año! Y a él le va muy bien, decide que rinde y que no rinde, y cuando reprobó el año fue por culpa de las de matemáticas.

Ellos llevaban tres semanas de novio cuando Regi le dijo que sí, antes no se animó, claro, ¡ella no es ninguna putita! Yo la respeto porque lo pensó, y está enamorada, bien enamorada. Esta todo el día en el face con el chico o mandándose mensajitos. Hasta le contó cuándo le vino y él le guardó un toallita en la bolsa de su pantalón. ¡Es un chavo tan maduro!, con él se puede hablar de verdad! A mí me gustaría saber que Leo es capaz de ser maduro como Carlos. La semana pasada escuche que Leo decía que se va al norte a

estudiar cuando termine la prepa. Aún no sabe qué estudiar, pero sabe que quiere hacer algo y sus papás lo apoyan. Es de una buena familia, lo sé porque vi el auto en el que viene a la escuela y además todos los años se va de vacaciones. Leo me cae muy bien, y se ve diferente a los demás. Hasta dijo que cuando esta solo no toma, sólo cuando esta con otros pibes y no es ningún careta.

Esa misma tarde Leo entró al facebook y me escribió un mensaje.

Leo – hola, ¿qué haces?

Mariana – nada, ¿hiciste la tarea de lengua española?

Leo – no, esa vieja hija de p..., me reprobó en las prácticas.

Mariana – ¿qué te faltó?

Leo – dice que estaba incompleto y que lo tengo que volver a hacer.

Mariana- ¿cómo te va en salud?

Leo - bien, yo ya sé todo. Esa vieja habla pero debe hacer años que no tiene sexo, ¿viste la cara que tiene?

Mariana – a mí me gustó escucharla

Leo – porque eres ¡¡¡¡virgen!!!!

Mariana – chau me tengo que ir.

Leo – ¿mañana nos vemos?

Aquella palabra me cayó tan mal. Virgen, ¿es un defecto?, ¿Por qué todos me lo echan en cara?, ¿por qué se meten?, ¿también él se burlaba de esto? ¡Esto era lo peor! Leo es igual a todos los demás, yo había pensado que era diferente, pero ¡no! son todos iguales, se burlan y me critican. Yo saqué el comentario de la vieja de salud porque me gustó lo que dijo de la tasa de fertilidad en las chicas de nuestra edad, me pareció muy novedoso, ¿pero? No le di pie para que se burle. Lo odio, sí, lo odio, y mañana no lo voy a saludar, igual que todos los demás sólo piensan en una sola cosa.

Salí de mi habitación a cenar con mis papás y mi hermanito menor. Suerte que todos miraban la tele y ninguno hablaba, porque si me hubieran visto la cara se hubieran dado cuenta de mi enojo que se manifestaba en cada célula de mi rostro.

Al otro día por la mañana llegué a la prepa y Ceci tenía cara de preocupación. ¿Qué pasa? –pregunté.

Vale me dijo que a Ceci no le bajaba. Lleva 2 días de atraso y está asustada. En ese momento sentí el privilegio en el que yo vivía ya que no tenía de que preocuparme. Pero luego la cara de desesperación de Ceci me trajo a la realidad y vi como una lagrima se le escapaba.

Mariana – ¡tranquila! dos días no son nada, hay que esperar.

Ceci – ¿Y tú qué sabes?

¿Cómo?, ¿Cómo mi amiga podía decirme eso?, ¿No haber tenido relaciones no me permite hacer comentarios? Sólo quería que se relajara y se sintiera mejor.

Ahí estaba Leo, ¿se habrá dado cuenta de mi enojo? ¿Entenderá que se pasó? La mañana transcurrió como cualquiera y Leo ni en cuenta.

Como todos los martes llegó la hora de Salud, y la profe entró al salón saludando amablemente. El tema de hoy: “Introducción al estudio del aborto como un problema de salud pública”. El tema se presentaba entretenido como todos:

Alumnos – ¿es un “problema” que una chica quede embarazada? ¿No se está tratando al embarazo como una enfermedad? ¿No tenemos derecho las adolescentes a querer tener hijos?

La profe – No, el embarazo no es una enfermedad, por supuesto, es un privilegio llevar a un hijo en el vientre, pero una chica joven o un varón, de la edad de ustedes no están en condiciones económicas, ni físicas. El 26% de las chicas repiten el año y muchas otras abandonan los estudios. También los hombres pasan por las mismas dificultades.

Alumnos – Ustedes los adultos hablan de embarazo adolescente como si fuera algo negativo, una enfermedad.

La profe – Un embarazo es algo maravilloso si estas en condiciones de llevarlo adelante, si tienes el acompañamiento de tu pareja, de tus padres, una estabilidad económica para que no les falten nada. Un hijo es el proyecto más importante que una persona puede emprender, es la prolongación de uno mismo. Es la mejor forma

de trascender y hay que pensar en las necesidades de otro ser, un bebe que necesitará de abrigo, de ambos padres, afecto, contención, y tantas otras como cualquier personita indefensa, ¿cómo te sentirías si no pudieras darle a tu hijo todo lo que necesita? ¿Cómo te sentirías si no pudieras cubrir tampoco tus necesidades?

En ese momento miré hacia atrás y vi que Leo escuchaba con mucha atención todo lo que la profe decía. Esa actitud me gustó y me olvidé del enojo de la noche anterior:

Ceci – conozco una amiga que tiene dos días de atraso, ¿quiere decir que está embarazada?

La profe – No, dos días no es suficiente, pero si una chica está con un atraso y tuvo relaciones sin protección sí puede estar embarazada y además ha estado expuesta a contagiarse de alguna infección de transmisión sexual. Recuerden siempre que no deben tener relaciones sexuales sin protección, no importa a qué altura del ciclo estén.

Vale – yo conozco a muchas amigas que no se han cuidado y no pasó ¡nada!

La profe – ¿Cómo sabes que no contrajo una enfermedad?

Vale – porque se sienten bien.

La profe – eso no significa que no se contagiaron de alguna enfermedad. La manera de saberlo es yendo al médico y hacerse análisis específicos.

Cuando la profe terminó de decir esto, mire a Ceci a la cara y pude ver y sentir el terror por el que estaba pasando, pobre, pero yo no podía ayudar mucho. ¿Dónde estaba su novio que no está preocupado junto a ella? ¿Sería el que conoció en facebook? ¿Cuántos días más tendría que esperar?

Días después nos juntamos como siempre en la esquina, para hacer nada. Pero me sorprendió ver a Ceci como si nada, y con novio nuevo, o al menos yo no lo conocía.

Mariana – ¿Y, te bajó?

Ceci – sí, al cuarto día, todo bien!

Vale – vieron, no pasa nada, es sólo un atraso. No hay que preocuparse, y lo que

dice la vieja de salud es sólo para darnos miedo y que no cojamos, claro, ¡como ella!  
 Todos se echaron a reír, también los chicos. Ahí estaba Leo, pero lo vi más distante, no participaba. Minutos después se retiró, pero antes me dijo:

- Nos vemos en el chat
- Si claro.

Esa tarde, en mi habitación me encontré con Leo en face, con la compu como intermediaria, así que era mucho más fácil y cómodo:

Leo - ¿Estás ahí?

Mariana – Sí. ¿Qué onda?

Leo – Nada.

Mariana – ¿te gustan los animales? Yo tengo un perro schnawser que se llama Mafi.

Leo - Si me gustan y conozco a tu perro, lo vi en tu ksa.

Mariana - Conoces mi ksa?

Leo- Si, le pregunte a las chicas, y me contaron más cosas de ti.

Mariana - Q?

Leo - Te gusta OV7, el regetton y los chocolates.

Mariana- ¿de q signo soy?

Leo - No sé. ¿Eso es importante? Yo de tauro.

Mariana - Yo soy de cáncer, somos medio lunáticas porque nos rige la luna.

Leo - ¿????????

Mariana - ¿Por qué le preguntaste a las chicas de mí?

Leo - Me caes bien y tenía curiosidad. Me gustas.

Mariana - A mí también me gustaría saber de ti.

Leo - Nos encontramos mañana de nuevo en fb?

Mariana – Ok bye

Esto sí que no me lo esperaba, él se había fijado en mí. ¿Por qué las chicas no me habían dicho nada? Me sentía súper. Decir que había mariposas en la boca del estómago era poco – ¡me gustas! - eso sonaba una y otra vez en mi cabeza, ¿Qué sería

lo que le gustaba de mí? , mi pelo, los ojos, la nariz, mmm. Entré a Google y busque “signos del zodiaco”

Características de tauro: sincero, tierno, dulce, romántico y súper fieles. Sus zonas sensibles: el cuello. El color favorito: azul, compatibilidad con otros signos: ella cáncer y él tauro son 100% compatible,... lo sabía, entre nosotros hay algo, los astros están de nuestro lado. La verdad es que Leo me gusta, ¿pero?, ¿cómo se lo digo? ¿Qué le digo?, ¿él sería la persona con quien me acostaría por primera vez? ¿Sería él capaz de guardar secretos o se lo contaría a otros para después reírse de mí?

Ese día Ceci faltó. Llevaba varios días sin venir y eso me preocupó porque le había dado las hojas con la tarea de informática y no me la había devuelto. A media mañana, después del receso teníamos salud, yo sentía onda con la profe. Llegó como siempre, cuando vino la directora y llamo a la profe fuera del salón. Las pude ver hablar en el pasillo y note que se trataba de algo serio, muy serio. La directora no gritaba como siempre y estaba muy preocupada. La profe de salud se agarraba la cara y meneaba su cabeza.

Minutos después la profe entró con cara de impacto, era obvio, algo muy grave había pasado. Entró, se paró en el frente y su sola actitud bastó para que todos se callaran y le prestaran atención.

La profe – tengo que decirles algo. ¿Alguien sabe porque no está viniendo Cecilia a clases?

El silencio continuó y nadie dijo saber nada. La profe avanzó diciendo: La Directora Sarrieta me acaba de avisar que Ceci está internada muy grave en el Hospital. En este momento está peleando por su vida y los pronósticos son reservados.

Mariana - ¿Qué quiere decir eso?

La Profe - Que no se sabe si va a curarse. No se sabe si va a vivir.

El silencio fue más profundo todavía. Nadie se atrevía a preguntar más a pesar de tener preguntas para hacer.

La profe continuó explicando:

– la encontraron en el baño de la casa del padre, ya estaba inconsciente en un mar de sangre. Junto a ella una aguja de tejer también manchada de sangre.

Cada vez entendía menos, ¿Qué tenía que ver una aguja de tejer?, mire a la cara a la profe y entendió mi pregunta.

La profe – al parecer o mejor dicho, se intentó hacer un aborto. O mejor dicho, se laceró ella misma para perder un embarazo. ¿Alguien sabía que Ceci estaba embarazada?

Silencio como respuesta.

La profe – sí, se lastimó con la aguja de tejer y cuando la encontró su papá ya estaba inconsciente y casi sin pulso. En el hospital tuvieron que operarla para detener las hemorragias y tuvieron que extirpar su útero. Está muy grave y no ha despertado todavía. La cirugía fue ayer y no responde, aún está en terapia intensiva. No vayan al hospital porque no puede recibir visitas.

Esta noticia nos dejó a todos aterrados, ¿Ceci embarazada? ¿Por qué nos dijo que ya le había bajado? ¿Cómo no pidió ayuda? ¿Cómo fue capaz de lastimarse ellas sola? ¿Cómo habrá sufrido para llegar a esto? ¿Y si muere? ¿Y si nunca puede tener hijos? Las preguntas daban vuelta en mi cabeza y me sentía aturdida. Las chicas comenzaron a llorar. Vale estaba completamente descontrolada, el mismo miedo y la culpa se habían apoderado de ella. El timbre tocó pero nadie se fue al receso. También la profe se quedó con nosotros. Pude ver a Leo que también estaba con los ojos muy grandes y pálidos. Nos encontramos en la mirada y se vino hasta donde yo estaba y me

abrazó. Fue lo que faltaba, y ahí en sus brazos comencé a llorar, estaba aterrada. Toda la situación me parecía espantosa. Sentía mucho miedo y más miedo.

Y así abrazó a su novio y comenzaron a llorar, no sé si por Ceci o por miedo de pasar por lo mismo, ya que a veces no eran cuidadosos con el uso del condón, o solamente miedo.

El timbre para entrar del receso tocó. La profe de matemáticas llegó y detrás de ellas la directora de nuevo. Habló con la profe de salud. Y vimos cómo le explicaban a la de matemáticas lo que había pasado. Al rato la profe de matemáticas se retiró con la directora y la de salud se quedó con nosotros en el salón. Trató de contener a algunas de las chicas que estaban llorando más desbordadas, yo me quedé con Leo en silencio, creo que él también estaba asustado porque no dijo nada pero su cara era de perturbación.

A la salida con las chicas y algunos de los chicos acordamos ir al hospital para verla o saber de ella. Cuando llegamos vimos a la madre fumando en la puerta con su nuevo marido y al padre en el pasillo de terapia intensiva. Entramos en bolita y nos pidieron que nos quedáramos afuera. La madre nos miraba como culpándonos, era odio lo que había en sus ojos. ¿Pero? ¿Qué habíamos hecho nosotros? Ni sabíamos que estaba embarazada. Fue una semana interminable, Ceci en coma, ya no sabíamos qué decir y nada podíamos hacer. Y en el hospital no nos dejaban entrar.

Después de nueve días, llegué como siempre temprano a la escuela y las puertas estaban cerradas y un cartel decía: CERRADO POR DUELO. Eso fue un baldazo de agua fría, a pesar que sabíamos que era posible. Los días pasaron, creo que casi un mes, mi carpeta de informática ahora estaba incompleta, aquellas hojas que le preste a Ceci nunca me las devolvió y no me las devolvería.

Durante ese mes, creo que nos hicimos novios Leo y yo, no me dijo: -¿quieres ser mi novia?, un día solo me beso y yo sin darme cuenta ni vergüenza lo acepté. Fue agradable. Muy agradable. Ya era común que nos vieran juntos abrazados o de la mano. Hasta vino un día a casa a terminar un práctico de lengua. Mi mamá me miraba con

complicidad y mi papá lo miraba con recelo, pero creo que le caía bien. Aquel día también cenamos con mi hermanito.

Ahora, cuando nos juntábamos con el grupo a hacer nada en la esquina de siempre, aprovechábamos para besarnos y estar tan juntos como podíamos. Poco a poco fuimos descubriendo cosas el uno y del otro. El olor de su piel y su calor ya me eran casi necesarios. Además, era tan callado frente a los demás, pero cuando estábamos solos era capaz de hablar por horas. Me gustaba escucharlo, casi nunca hablábamos del pasado que parecía no existir.

Mariana – ¿tuviste muchas novias antes de conocer me?

Leo – no, no muchas. ¿Tú?

Mariana - Sabes que no, ¿Por qué preguntas?

Leo - Me gusta saberlo.

Mariana - Pero tú no me contestas. ¿Con cuántas chicas antes has estado? O mejor dicho, ¿a cuántas chicas les has hecho el amor?

Leo - ¿hasta hoy? ¿Contando la última?

Mariana - Sí, no te hagas el tarado ¡contéstame, siempre que pregunto das miles de vueltas y no me dices nada. Dijimos que seríamos siempre honestos y que nunca nos mentiríamos, ¿te acuerdas?

Leo - Sí que me acuerdo. Es que no sé cómo decirlo.

Mariana - Es sólo un número, dilo y listo. ¡Prometo no enojarme ni sentirme mal!

Leo - La verdad es que nunca le hice el amor a ninguna chica. Siempre ha sido algo importante para mí y no quería que fuera como con mi hermano que la pasó muy mal con una mucho mayor que él que lo humilló. Mis amigos creen que he tenido relaciones con una novia de las vacaciones pero no es verdad. Mentí para que no me molesten como lo hacían contigo.

Mi hermano y mis papas me enseñaron que lo mejor es hablarlo antes y planearlo con una persona a la que quieres y que te quiera y te respete también. Que pueda esperar tus tiempos y escuche tus necesidades.

Mariana- ¿Hablas de esto con tus papas?

Leo - Si, obvio. Claro que es más fácil con mi hermano mayor!!!!

Mariana - Entonces, ¿Eres virgen también? ¿Para los hombres se dice también así?

Leo - Sí, claro. Yo me reservo para ti. Lo haremos cuando quieras, en un buen lugar.

Me gustaría que fuéramos al médico primero, podemos ir con mi hermano, si quieres.

Mariana - No, si vamos, vamos solos.

La conversación fue más profunda que las de costumbre y me llenó de alivio. Ahora entiendo porque Leo nunca me presionó, incluso cuando nos hemos quedado solos cuidando a mi hermano, él fue muy lento y lo más fue tocarme los pechos. Me encantó saber que no tenía experiencia. Me gusto saber que él lo planeaba conmigo porque sólo piensa en mí. Esa noche cuando me acosté en mi cama cerré los ojos pensando en él y confundí la tibieza y suavidad de las sabanas con las de su cuerpo, sólo faltaba el olor de su loción. Deseaba tanto estar a su lado!!! Me sentía de verdad enamorada, ¡esto es el amor!

Los días seguían pasando, ya no nos juntábamos con los chicos del grupo. Disfrutábamos más estar solos. Casi siempre en mi casa. Hasta veía los partidos con mi papá en el sillón, eso sí que era especial.

Una mañana en la prepa me dijo: te traje algo especial!

Mariana - ¿Qué es?, dimeeee, andaaa!!

Leo - No, ahora no. Después de la escuela te lo doy.

Mariana - ¿Es grande?

Leo - no chico, pero es para algo grande.

Me llenó de dudas pero no me quedaba otra que esperar.

Cuando salimos, fuimos a casa y cuando estuvimos solos sacó una cajita de condones.

Mariana - ¿Y esto es para mí?

Leo - Sí, mi hermano dice que tenemos que conocerlos bien y saberlos usar.

Mariana - Suena bien, pero son, son, pegajosos!!!!

Leo - Si, tienen algo para matar a los espermatozoides.

Al otro día me regaló un osito rosa, era hermoso, era el regalito de cumple mes, ya hacía 4 meses que nos besábamos todos los días, durante varias horas a veces. Cada día que pasaba nos sentíamos mejor, más confiados y más enamorados. Ya me había atrevido a besar su cuello y me gustaba rascar su espalda por debajo de su playera. Una noche mientras nos besábamos sentí como su pene crecía y no me asuste, al principio fue raro, pero él estaba divino como siempre y olía espectacular. Era adorable, era como un perrito tierno para acariciar, no podía dejar de tocarlo, besarlo, acariciarlo de nuevo, olerlo y ya quería más. Su respiración se aceleraba y también la mía. Todo lo que estaba a nuestro alrededor desapareció de golpe. Éramos solo él y yo y disfrute que estuviéramos solos. Mis manos avanzaron, también las suyas, me quitó la playera y yo su camisa. Tomo mi mano y la metió en su pantalón, así estuvimos buen rato hasta que mojó su pantalón y su respiración se calmó. Volvimos a ponernos la ropa, prendimos la tele y para cuando llegó mi mamá, todo parecía como que no había pasado nada. De todos modos no la miré a los ojos.

Creo que fue 3 o 4 semanas después cuando nos animamos a quitarnos toda la ropa. Trabamos la puerta de mi habitación y continuamos besándonos como sabíamos, éramos tan buenos en eso! Las cosas se fueron dando, de a poco. La respiración se aceleraba, pero con paciencia, nuestras manos iban despacio pero certeras y así es como si supiéramos, sin sentir vergüenza ni presiones, nos entregamos al amor el uno al otro. Así fue como ambos hicimos el amor, porque nos amábamos y ambos comenzamos una nueva etapa de nuestras vidas. Comenzamos nuestra vida como adultos que se abren al futuro. A uno nuevo y dichoso.

FIN

Orozco, E., Sobral, A. (2012). Adaptado por Solis Arzate (2013). Un Cuento Sobre Adolescentes: El Despertar Sexual de la Adolescencia:<http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/un-cuento-sobre-adolescentes-el-despertar-sexual-de-la-adolescencia>(12 de Agosto del 2013).