



**UNIVERSIDAD ESTATAL**  
**“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**TEMA:**

USO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA ORIENTACIÓN  
SEXUAL Y REPRODUCTIVA Y SU REPERCUSIÓN EN LOS  
ADOLESCENTES DE LA PARROQUIA ANCÓN AÑO 2010

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**AUTOR:**

ÁNGEL EDUARDO HIDALGO ORRALA

**ASESOR:**

Lcdo. WILSON LEÓN VALLE

LA LIBERTAD-ECUADOR

**NOVIEMBRE 2011**

## DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a tres personas importantes en mi vida, a Dios por la sabiduría, y guiarme en el camino correcto para alcanzar mi meta anhelada, por la vida que me presta día a día, a mi madre Gabriela Orrala y a mi tía Ing. Greta Orrala quienes han sido el pilar fundamental con su amor, confianza y comprensión para que pueda terminar este trabajo, por la fuerza y brindarme el apoyo incondicional en toda mi carrera de tercer nivel.

Ángel Hidalgo O.

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo agradecer a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud y su Carrera de Comunicación Social, por la oportunidad de dar a los estudiantes amantes del periodismo, para alcanzar el triunfo obteniendo un título profesional.

A todos los maestros, desde el primer día de clases hasta la culminación de mis estudios, por su valioso aporte donde estuvieron presentes en el proceso de mi preparación académica, brindándome sus conocimientos, apoyo, consejos y amistad.

A mi familia por su apoyo y dándome motivación para avanzar.

Ángel Hidalgo O.

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Certificado del tutor.....	iv
Indice general.....	v
Lista de tablas y gráficos.....	ix
Lista de anexos.....	x
Resumen.....	xi

Introducción .....	1
Tema.....	3
Antecedentes.....	3
El problema.....	5
Planteamiento del problema .....	6
Formulación del problema .....	6
Justificación .....	7
Objetivos de la investigación .....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos: .....	9
Señalamiento de la hipótesis .....	9
Identificación de las variables .....	9
Matriz de operalización de variables.....	10

### **CAPÍTULO I** **MARCO TEÓRICO**

La estrategia de comunicación .....	12
Historia de la comunicación .....	15
Teorías comunicacionales .....	16
La comunicación se relaciona con las demas ciencias.....	16
Antropología y comunicación.....	18
Sociología y comunicación .....	19
Filosofía y comunicación.....	20
Lingüística y comunicación .....	20
Semántica y comunicación. ....	21

La importancia de la comunicación.....	22
Funciones de la comunicación.....	23
Axiomas de la comunicación.....	24
Tipos de comunicación .....	25
Comunicación oral .....	25
Conversación grupal .....	26
Debate .....	26
Entrevista.....	26
Exposición .....	27
Comunicación interna .....	27
Estrategias de comunicación interna .....	28
Reuniones informativas .....	29
Revista o periódico interno .....	29
Revista de prensa .....	30
Tablones de anuncios.....	30
Buzón de sugerencias .....	32
Circulares.....	32
Visita o jornadas de puertas abiertas.....	32
Intranet.....	33
Videoconferencia .....	35
Herramientas de gestión.....	35
Comunicación externa .....	38
Medios de comunicación .....	39
La televisión .....	39
La radio.....	40
Las revistas.....	40
Prensa .....	41
Correo directo y publicidad de respuesta directa .....	41
Internet.....	42
Factores en la estrategia de comunicación.....	42
Adolescencia y comunicación .....	44
Sexualidad .....	47
Adolescencia y sexualidad.....	50

La sexualidad y la reproducción.....	52
La familia .....	53
La comunicación entre padres e hijos.....	54
Consejo para los padres sobre educación sexual a los hijos.....	55
Influencia de la educación .....	59
Los valores.....	60
Marco teórico científico .....	62
Marco teórico conceptual.....	65
Marco legal .....	68

## **CAPÍTULO II.** **METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Por el lugar.....	74
Por el diseño.....	74
Los métodos .....	74
Tipo de investigación .....	75
Población y muestra .....	75
La población.....	75
La muestra .....	75
Muestra de población.....	75
Instrumentos de investigación.....	76
Encuesta.....	77
Entrevista: .....	77
Observación:.....	77
Procedimientos de la investigación.....	77

## **CAPÍTULO III.** **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Procesamiento y análisis .....	80
Presentación de datos en gráficos estadísticos .....	81
Conclusiones y recomendaciones .....	91
Conclusiones: .....	91
Recomendaciones .....	92

**CAPÍTULO IV.**  
**LA PROPUESTA**

Justificación .....	93
Diagnóstico .....	95
Fundamentación teórica de la propuesta.....	95
Objetivos de la propuesta .....	96
Objetivo general.....	96
Objetivos específicos .....	96
Factibilidad de la propuesta .....	97
Factibilidad económica .....	97
Factibilidad legal .....	97
Factibilidad técnica .....	98
Factibilidad de recursos humanos .....	98
Factibilidad políticas.....	98
Descripción de la propuesta .....	101
Estrategias de la propuesta .....	102
Talleres a realizarse.....	102
Afiches .....	103
Trípticos .....	104
Capsula radial 1 .....	105
Capsula radial 2 .....	105
Equipo técnico ejecutor de la propuesta .....	107
Contenido del programa .....	107
Impacto .....	107
Bibliografía .....	108
Anexos .....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

Tablas No. 1 .....	81
Tablas No. 2 .....	82
Tablas No. 3 .....	83
Tablas No. 4 .....	84
Tablas No. 5 .....	85
Tablas No. 6 .....	86
Tablas No. 7 .....	87
Tablas No. 8 .....	88
Tablas No. 9 .....	89
Tablas No. 10 .....	90

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.....	81
Gráfico No. 2.....	82
Gráfico No. 3.....	83
Gráfico No. 4.....	84
Gráfico No. 5.....	85
Gráfico No. 6.....	86
Gráfico No. 7.....	87
Gráfico No. 8.....	88
Gráfico No. 9.....	89
Gráfico No. 10.....	90



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Cuadro financiero.....	100
Cuadro No. 2 Cuadro de talleres.....	102
Cuadro No. 3 Afiches.....	103
Cuadro No. 4 Trípticos.....	104

## LISTA DE ANEXOS

Anexo No. 1 Educar en sexualidad.....	111
Anexo No. 2 Me gusta como soy.....	112
Anexo No. 3 Mi cuerpo y yo.....	113
Anexo No. 4 Yo soy rebelde.....	114
Anexo No. 5 Regulando la fecundidad.....	115
Anexo No. 6 Control y prevención en I.T.S.....	116
Anexo No. 7 Las infecciones.....	117
Anexo No. 8 Vivamos nuestros valores.....	118
Anexo No. 9 La Comunicación.....	119
Anexo No. 10 Eres creador de nuestro mundo.....	120

## USO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA ORIENTACIÓN SEXUAL Y REPRODUCTIVA Y SU REPERCUSIÓN EN LOS ADOLESCENTES DE LA PARROQUIA ANCÓN 2010.

AUTOR: ÁNGEL HIDALGO ORRALA  
TUTOR: Lcdo. WILSON LEÓN VALLE

### RESUMEN

Este trabajo investigativo tiene el **propósito** de ayudar a la ciudadanía en una forma general especialmente a los adolescentes de la parroquia San José de Ancón. **El problema:** el desconocimiento y la falta de orientación sexual y reproductiva provoca que los adolescente cometan errores, este **marco teórico** sirvió para especificar el contenido del trabajo en cuanto conceptos científicos y legales que beneficiarán a la comunidad en conocimientos, la metodología a realizar en este trabajo utilizamos el método **inductivo**, donde la técnica vamos a comprobar el proceso analítico-sintético, que se parte de la causa para establecer un principio general que llevara a una conclusión. En el **lugar** se efectuó la investigación orientada del inicio bibliográfica, la de campo ya que el estudio lo realiza en los lugares donde se producen los acontecimiento de una manera más directa con la realidad, por medio de las encuestas realizadas a la población, específicamente a los adolescentes que permitirán a determinar el alto grado de desconocimiento. La **importancia** de este estudio es que los adolescentes de la parroquia Ancón tengan una comunicación y orientación en sexualidad. **Aporte**, la comunicación es básica y fundamental en la orientación sexual y reproductiva por cuanto las estrategias que se utilizan permite una relación interpersonal y afectividad entre padres e hijos, la base fundamental en la familia. Este proyecto tiene como **objetivo** lograr una comunicación eficaz, promoviendo la responsabilidad como uno de los valores que deben asumir los adolescente frente a esta gran problemática y evitar traer al mundo niños, sin un debido control de natalidad, donde los únicos beneficiados serán los adolescentes de la Parroquia Ancón en una forma directa que asumirán su responsabilidad ya que estarán orientados acerca de procesos del desarrollo de la sexualidad y cuando tengan que hablar sobre el tema lo hagan con un alto criterio de madurez y a los padres de familia también tengan el conocimiento necesario y puedan responder las inquietudes de otros familiares y adolescentes.



## INTRODUCCIÓN

Este estudio permitirá determinar las estrategias de comunicación con respecto a la orientación sexual para los adolescentes, que los medios de comunicación puedan difundirla facilitando despeje de incógnitas y desarrollo de una cultura comunicativa, utilizando correctamente los tipos de comunicación e información donde se orientará a los adolescentes de las diferentes repercusiones en cuanto son las relaciones sexuales y por ende el embarazo precoz que es un tema frecuente en la parroquia Ancón, por lo que es necesario que la juventud tenga una orientación desde la familia, donde se debe establecer vínculos entre padres e hijos, y estar vigilantes, pues esta situación trae consigo otros problemas que no le permiten al adolescente desarrollar mejor esta sociedad.

A medida que ha transcurrido el tiempo el tema de sexualidad en los adolescentes ha ido evolucionando de una manera rápida, ahora se puede hablar del tema como si fuera algo natural e incluso sabemos que existe una información, pero no está al alcance de los involucrados.

Lo ideal es que los padres no tengan una actitud negativa, sino más bien que inspiren confianza para que la comunicación con los adolescentes sea fluida y de manera directa, esto les permitirá crear un ambiente sano en donde existen límites y reglas claras que puedan ser respetados por los adolescentes sin problema.

La familia es uno de los pilares importantes en la vida del adolescente es la primera escuela donde aprende a diferenciar lo bueno de lo malo y de ahí la necesidad de enseñar los valores que cada ser humano debe tener, se los revelan en la manera de ser, actuar y de pensar.

En el capítulo I consta el marco teórico enfocando el tema de: la adolescencia, etapa crítica de la vida, caracterizada por profundas transiciones en la conducta emocional, intelectual, sexual y social de los seres humanos, además la comunicación y sus estrategias, los axiomas que tiene la comunicación, los medios de comunicación al igual que sus descriptores que son la base fundamental del presente trabajo de investigación.

En el capítulo II se enfoca la metodología en la que constan los métodos, las estrategias, el tipo de investigación, el diseño, la muestra y la población.

En el capítulo III se trata del análisis e interpretación tabulación y resultados de las encuestas, representados en gráficos y cuadros estadísticos.

El capítulo IV La propuesta, es un plan de acciones de estrategias comunicativas para la orientación sexual de adolescentes basada en valores como solución a la problemática.

## **TEMA**

“Uso de estrategias de comunicación en la orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la parroquia Ancón año 2010”.

## **ANTECEDENTES**

Los estudios científicos, programas de educación sexual, se están centrando en la edad juvenil, por ser ésta la etapa de inicio de la vida sexual y en la cual se constatan hechos dramáticos como son los embarazos precoces de adolescentes, el aumento del contagio de enfermedades infecciosas de transmisión sexual ETS, los abortos de alto riesgo y el temido VIH- Sida, etc. por ello la educación sexual es un derecho y una necesidad que tienen las personas de todas las edades.

Los distintos grupos etéreos tienen necesidades específicas, la sexualidad humana se manifiesta de diferente forma en cada edad, no es lo mismo la sexualidad de un niño, un adolescente, un adulto y una persona de tercera edad. Cuando se piensa en educación siempre se imagina algo formal e institucional que tiene planes y programas, evaluaciones y resultados; sin embargo en el transcurrir de la vida se recibe información y por diferentes vías no formales, como: la familia, los amigos, los medios de comunicación masivos: diarios, revistas, radio, televisión, y actualmente la computación y el acceso a la red internet, que son potentes medios de información y transmisión de pautas culturales y valóricas.

La situación en la parroquia Ancón, es que existen adolescentes que a penas a los 16 y 17 años se han convertido en padres de familia teniendo que madurar a muy temprana edad, y asumiendo una responsabilidad tan grande, que requiere ser tratado por los entes responsables de velar

por el bienestar de la niñez y la adolescencia se debe reflexionar ¿por qué la juventud está creciendo aceleradamente? ¿Será un problema familiar o institución?

El estudio de orientación en sexualidad es importante realizarlo por cuanto se evidencia que en la actualidad no hay mayor difusión sobre estos temas en nuestra sociedad por lo que la propuesta es influir con talleres de capacitación en los colegios, afiches, trípticos, spot radial, es otro medio de información que será, y distribuido y ubicados en lugares estratégicos.

## EL PROBLEMA

El problema en la localidad de la parroquia Ancón consiste en la falta de conocimientos en la orientación sexual y reproductiva, donde se detecta en la localidad que algunas adolescentes, que estudian en bachillerato presentan embarazo precoz, los directivos y maestro de las instituciones educativas se encuentran preocupadas por lo que se está dando pero no pueden hacer nada los directivos ya que a los adolescentes ahora en día les amparan la constitución.

La situación que preocupa por ser una población joven que necesita ser atendida en varios aspectos como: la orientación por parte de los padres, las estrategias de comunicación que permitan establecer una interrelación de padres a hijos, mejoramiento de la autoestima, la revalorización de principios y la importancia de la familia en la sociedad.

**\*Situación de conflicto:** Este problema surge por el desconocimiento en la orientación sexual y reproductiva por parte de los adolescentes de la parroquia Ancón. En la actualidad la situación es latente porque el número de embarazo precoz sigue aumentando paulatinamente, por tanto es necesario que los padres, los docentes y la comunidad en general haga conciencia que la juventud es un pilar fundamental que debe prepararse profesionalmente antes de adquirir una responsabilidad de tal magnitud como la de ser padres a tan temprana edad.

**\*Causas del problema:** Las diferentes causas que se ha determinado son: la falta de estrategias de comunicación, la escasa comunicación entre padres a hijos; curiosidad por experimentar la sexualidad, teniendo como consecuencia embarazos no deseados que de no corregirse se estaría reflejando a corto plazo en una de una sobrepoblación, que de



alguna manera afectaría al desarrollo sostenible y sustentable de la población.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cómo influye la confianza de padres a hijos en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la Parroquia Ancón 2010?

¿Qué efecto tiene el uso eficiente de estrategias de comunicación en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la parroquia Ancón 2010?

¿Cómo incide la curiosidad en experimentar su instinto sexual en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la parroquia Ancón 2010?

¿Cuál es la probabilidad de los métodos anticonceptivos en la planificación familiar en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la parroquia Ancón 2010?

¿Cómo se relaciona la orientación sexual para los alumnos en los colegios, en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la parroquia Ancón 2010?

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué efecto tiene el uso de estrategias de comunicación en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la parroquia Ancón 2010?

## JUSTIFICACIÓN

Con este estudio se pretende orientar a los adolescentes mediante las nuevas estrategias de comunicación que ayuden a fortalecer estos conocimientos, pues en la etapa de la adolescencia existen muchas dudas referentes a la sexualidad en general.

En la etapa de adolescencia surgen cambios corporales y se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, que necesitan ser explicadas en su momento para orientar de manera positiva a los adolescentes con información pertinente mediante la aplicación de estrategias comunicacionales y puedan despejar dudas en el contexto de la responsabilidad.

Los beneficiarios directos del presente estudio son los adolescentes de la parroquia Ancón, quienes tendrán la oportunidad de concienciar sobre la problemática en la sociedad y los beneficiarios indirectos son la comunidad en general, quienes observarán como los adolescentes desarrollaran una cultura comunicativa y de confianza hacia sus progenitores gracias a la comunicación efectiva.

Mediante el uso de estrategias de comunicación en la orientación sexual y reproductiva para los adolescentes, y los padres de familia, mediante el sistema de capacitaciones, propiciando la comunicación e informando temas relacionados a la sexualidad en la adolescencia.

Este problema en la adolescencia se ha incrementado al paso del tiempo pero es posible resolverlo mediante un trabajo práctico de comunicación con la aplicación de un plan de acciones y estrategias comunicación, en el sector donde se observa el problema.

En el sector donde se realizó el estudio se tomó una muestra de la población, a quienes se aplicó técnicas como la encuesta, la observación y la entrevista, que permitieron recopilar la información necesaria para sustentar el trabajo y con el apoyo de la estadística de cuadros y gráficos determinar la medición de las variables.

Los adolescentes de la Parroquia Ancón, son la población con quienes se va a trabajar realizando la investigación y establecer una conclusión de cuantos adolescentes han tenido una orientación o un conocimiento sobre la vida sexual y reproductiva y así poder sacar un porcentaje, para proyectar y ejecutar campañas de concienciación sobre la vida sexual y reproductiva para esta localidad.

Con este estudio la situación social de la mencionada parroquia cambiará la cultura actitudinal y manera de pensar, en la actualidad se verá una adolescencia más digna y responsables de sus actos.

Es factible porque el sector involucrado de la parroquia donde está la problemática se beneficiara con un plan de acciones en comunicación para la orientación sexual y reproductiva mediante estrategias en comunicación, donde será de gran ayuda para los adolescentes y padres de familia para que tengan una comunicación directa y puedan responder a las inquietudes de los adolescentes y tener como objetivo impulsar una verdadera información en orientación sexual al sector indicado.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Determinar estrategias de comunicación mediante un plan de acciones para el mejoramiento en la orientación sexual y reproductiva en los adolescentes de la parroquia Ancón 2010

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Realizar un diagnóstico sobre la orientación sexual de los adolescentes de la parroquia Ancón.
- Establecer estrategias de comunicación en orientación sexual y reproductiva.
- Identificar los medios de comunicación para difundir la información sobre orientación sexual.
- Emitir un informe de resultados
- Proponer un plan de acciones que propicie la formación de la persona en la autoestima, autonomía, la convivencia, y la salud.

## **SEÑALAMIENTO DE LA HIPÓTESIS**

Si existieran estrategias de comunicación se mejoraría la orientación sexual y reproductiva de los adolescentes de la parroquia Ancón 2010?

## **IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES**

V.D Deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la Parroquia Ancón 2010

V.I Uso de estrategias de comunicación

## MATRIZ DE OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.

HIPÓTESIS	V.INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS/INDICADORES	OBSERVACIÓN
Si existieran estrategias de comunicación se mejoraría la orientación sexual y reproductiva de los adolescentes de la Parroquia Ancón.	Uso de Estrategias de Comunicación	Conjunto de acciones de Comunicación donde el documento final, es el proceso de planificación o implementación  autor: Ángel Hidalgo por: Rafael Alberto Pérez	acciones de comunicación	Información	¿Sabe usted, lo que es información?	ENCUESTA
			Documento		¿considera usted que una persona informada puede cambiar de Aptitud?	OBSERVACIO
			Planificación	Actividades	¿Ha recibido, usted información sobre la familia y su importancia dentro de la sociedad?	TEST
					¿Considera importantes la comunicación de padres a hijos?	
				¿Ha recibido charlas sobre la importancia que tiene la familia en la sociedad ?		
				¿Cree usted que la interacción es importante para el desarrollo para la sociedad?		



# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### LA ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN

Una estrategia es el conjunto de acciones que le determinan para lograr un objetivo, por lo tanto, se puede decir que una estrategia de comunicación es un conjunto de acciones de comunicación.

El término estrategia aparece en situaciones donde dos o más actores, fuerzas o sistemas pongan por lograr objetivos similares. El General chino SunTsu fue el primero en redactar un tratado sobre estrategia militar con su famoso libro "El arte de la Guerra", escrito entre los siglos VI y V antes de Cristo. Con el correr de los años, el pensamiento estratégico atravesó la frontera militar y se expandió a la Política<sup>1</sup>

Si bien cada disciplina tiene una definición distinta, en líneas generales se entiende que estrategia es una forma de coordinar integralmente los recursos existentes para lograr una posición de ventaja sobre el contrario. Hay dos rasgos constantes que toda planificación estratégica debe tener en cuenta:

**Anticipación:** Se trata de la reacción presente orientada al futuro, en términos de lo que podía ocurrir si se hiciese o no ciertas cosas. El pensamiento estratégico consta de líneas de acción que prevén futuros escenarios como consecuencias de nuestras decisiones. Es una cualidad intrínseca a los seres humanos indispensable para la adaptación y la supervivencia.

**Decisión:** Todo pensamiento estratégico se compone de una sucesión de decisiones, pero no toda decisión es estratégica. Para que lo sea, es

---

<sup>1</sup> (Maquiavelo), Economía (Adam Smith), Juegos (Von Neumann, Huzinga), Management (Peter Drucker) y Marketing (Ries y Trout).

necesario que cuando en el cálculo que el agente hace de su éxito intervenga la expectativa de al menos otro agente que también actúa con vistas a la realización de sus propios objetivos.

La comunicación es la interacción simbólica de al menos dos participantes que comparten un código en común y responden en función del estímulo del otro. A nivel empresarial e institucional, las organizaciones se comunican hacia su interior y con su entorno.

La calidad de esa interacción simbólica es un bien intangible que cada vez más es reconocido por las distintas teorías administrativas. Pero para dicha calidad sea óptima, la organización no puede darse el lujo de dejar librado al azar o la espontaneidad los mensajes que envía hacia sus distintos públicos. Ser espontáneo, irreverente y hasta contradictorio, puede ser muy bueno para la vida cotidiana de las personas, pero una organización necesita planificar todas sus acciones comunicativas de modo que conserven una coherencia simbólica que guíe hacia los objetivos de la institución.

En ciencias de la comunicación, se denomina comunicación estratégica a la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos de la empresa (publicidad, marketing, folletería, canales comunicativos, ambiente laboral, organigrama, distribución espacial, higiene, atención al cliente, posventa, etc.) para diferenciarnos de la competencia y lograr un lugar en la mente del público que interesa.<sup>2</sup>

Las estrategias de comunicación así descritas tienen los rasgos de toda que caracterizan a toda estrategia, con la única acotación de que, en este caso, para el logro de las metas los jugadores utilizan el poder de la interacción simbólica en vez de la fuerza o cualquier otro sistema de

---

<sup>2</sup>Rafael Alberto Pérez, "Estrategias de Comunicación". Editorial Ariel, 2001



interacción física. Entonces, una estrategia de comunicación cumple al menos tres funciones:

\* **Obliga a una reflexión y a un análisis periódico sobre la relación de una organización o de una marca con sus públicos:** Básicamente se trata de establecer si las relaciones de una organización con su entorno son las más adecuadas, y, en concreto, son el componente simbólico de esa relación es el que más se adecua para la misión y los fines que dicha organización pretende alcanzar.

\* **Define una línea directriz de la comunicación:** Precisa qué sistemas conviene utilizar y qué peso relativo ha de tener cada uno en razón de los objetivos asignados, los públicos, objetivo, las rentabilidades comparadas y las posibles sinergias.

\* **Da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización:** La estrategia de comunicación se convierte en el marco unitario de referencia al que se remiten todos los actores de la organización, encauzando de facto una misma lectura de los problemas y oportunidades; poniendo en común unos mismo valores y un lenguaje compartido, y, sobre todo, dando coherencia a la pluralidad de voluntades y a la tremenda complejidad de las actuaciones que pueden darse en una institución.

Las estrategias de comunicación son acciones para dar a conocer a los adolescentes una orientación de manera directa con diferentes labores en comunicación, para poder llegar se utilizan mecanismos o actividades que permitan la interacción entre el facilitador y adolescente, las técnicas utilizadas serán de una manera participativa, emotivas, encuestas, diagnóstico, videos.

Este modo de utilizar las estrategias, será de gran apoyo para el mejor entendimiento y desenvolvimiento del aprendizaje, con lleva a utilizar de una manera correcta el contenido para su mejor aceptación para los adolescentes.

## **HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN**

La comunicación es un campo del saber que estudia los procesos de la comunicación humana. Entre las disciplinas de la comunicación se incluyen: Teoría de la información, la Comunicación intrapersonal, Marketing, Publicidad, Propaganda, Relaciones Públicas, Análisis del discurso, El Periodismo y las Telecomunicaciones.

También considera la comunicación como el intercambio de información entre los sujetos u objetos. Desde este punto de vista, la comunicación incluye temas técnicos (por ejemplo, telecomunicaciones), la fisiología biológica (por ejemplo, función y evolución) y sociales (por ejemplo, el periodismo, relaciones públicas, publicidad, medios audiovisuales y de comunicación).

La comunicación humana es un proceso que implica el intercambio de información, y utiliza los sistemas simbólicos como el apoyo para este propósito. Participan en este proceso una multitud de maneras de comunicar: dos personas con un cara a cara o conversación, o por medio de gestos con las manos, los mensajes enviados usando la red mundial de telecomunicaciones, el habla, la escritura que le permiten interactuar con otras personas y hacer algún tipo de intercambio de ideas.<sup>3</sup>

En el proceso de comunicación que está involucrado en algún tipo de aparato, se dice que hay una comunicación mediada. El estudio de la comunicación es amplio y su aplicación es aún mayor. Para la semiótica, el acto de comunicar es la materialización del pensamiento-sentimiento

---

<sup>3</sup>Libro historia de la comunicación

signos conocidos por las partes involucradas. Estos símbolos son transmitidos y reinterpretados por el receptor. En la actualidad también es interesante pensar en los procesos de comunicación, que incluyen redes de colaboración y sistemas híbridos, que combinan los medios de comunicación y la comunicación personal y la comunicación horizontal.

La comunicación es un proceso en el cual el individuo recepta información, que puede ser de cualquier índole, presentando intercambios comunicativos base de las relaciones humanas, ha venido evolucionado día a día y al transcurrir el tiempo se ha convertido en una gran necesidad para los seres humanos

## TEORÍAS COMUNICACIONALES

**Aristóteles:** Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender.

**Kurt Lewin:** Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

**William Bortot:** Expone que la comunicación, es un fenómeno que establece una relación entre dos o más individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas.

## LA COMUNICACIÓN SE RELACIONA CON LAS DEMAS CIENCIAS

**Marketing:** Según Philip Kotler, Marketing es el proceso social y administrativo mediante el cual los individuos satisfacen sus necesidades con la creación y el intercambio de bienes y servicios; el Marketing

estudia el mercado, la posición de los productos en ese contexto, analiza las distintas formas de captar al cliente y desarrolla una serie de acciones para concretar la venta. Pero, el objetivo de la venta es convertir el producto en dinero mientras que el objetivo del Marketing comprende toda la cadena de acciones que van desde descubrir necesidades hasta satisfacerlas con el producto adecuado.

**La publicidad:** es una técnica de comunicación comercial que intenta informar al público sobre un producto o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivarlo al público hacia una acción de consumo.

Se relaciona con la comunicación llegando al público a través de los medios de comunicación. Dichos medios emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario televisado del por un canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el conocimiento anticipado del anunciante. Tal contrato es denominado contrato de emisión o de difusión.

Las agencias de publicidad, agencias de medios o centrales de medios (diseño gráfico, boutiques creativas, productoras, etc.) son partícipes, muchas veces, al interior del desarrollo publicitario, que está elaborada por varios factores; entre los cuales, el más importante es el brief, el cual da las pautas previas para desarrollar dicha pieza publicitaria. El brief es un documento que especifica todas las características propias del producto o servicio en sí, y además suele contener un historial de todas las campañas previas que se han realizado hasta la fecha. Usualmente este historial es agregado cuando el anunciante decide cambiar de agencia de publicidad.

Las ciencias sociales orientadas al estudio de los valores, las formas de vida, las posiciones ideológicas y las estructurales de la humanidad son las siguientes: psicología, antropología, sociología, filosofía y lingüística. Psicología y comunicación.

Conviene destacar que la psicología estudia el proceso de la comunicación en varios niveles: individual, interpersonal, grupal y masivo. El nivel individual se refiere a la capacidad del hombre como canal, que sintetiza y simboliza la realidad. El nivel interpersonal trata la relación entre dos personas comunicantes de acuerdo con sus capacidades. El nivel grupal se ocupa de las relaciones entre los miembros de una organización, así como las formas de comunicación y desarrollo que surgen en los grupos. El nivel masivo implica el uso de los conocimientos de la psicología dirigidos a los efectos de los medios masivos de comunicación en el individuo; aplica sus principios al estudio de la publicidad, la propaganda, la opinión pública, etc., tanto para explicar las reacciones que provocan los mensajes masivos en los receptores como para analizar el papel de la comunicación masiva en la sociedad.

Por tanto, la psicología guarda una estrecha relación con la comunicación, puesto que mientras la primera se dirige al análisis de la personalidad, la segunda implica la formación de estereotipos, vinculados de alguna manera con la psicología. Así, el medio social y, en consecuencia, la influencia de los medios de comunicación masiva afecta a la personalidad.

## **ANTROPOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**

Las corrientes antropológicas de mayor relevancia son: el funcionalismo, el estructuralismo y el estructural-funcionalismo.

El funcionalismo sistematiza el estudio de las comunidades contemplando el tipo de funciones que surgen en ellas para subsistir. Implica un sistema

social tienen la tendencia a mantener al máximo el equilibrio y la cohesión; no contempla disfunciones que perjudiquen al sistema, sólo examina lo positivo, por lo que llama desviaciones a lo negativo, y se aboca a la consecución de funciones universales.

El estructuralismo es una corriente intelectual caracterizada por aplicar a los hechos humanos y sociales el concepto de estructura, tal como lo elaboró la lingüística. El estructuralismo, como método, visión o concepción ideológica ha sido introducido en diversas disciplinas, entre ellas, la antropología, la sociología, la crítica literaria y la psicología.

El estructural-funcionalismo es una de las corrientes más relevantes del siglo XX. Esta teoría nos permite determinar en qué circunstancias y condiciones, en un medio, espacio y tiempo determinados, el hombre se ha comunicado a través del tiempo, hecho que vincula a la antropología con la comunicación.

## **SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**

La sociología estudia la realidad social y el conjunto de fenómenos sociales. Esta disciplina puede estudiarse desde dos puntos de vista: el normativo, es decir, analizar lo que debe ser, y lo que realmente es.

Ahora bien, la sociología tiene vínculos estrechos con la comunicación en todos los ámbitos del contexto social, pues no puede haber sistema social si no hay comunicación. La sociología implica diversos estatus o posiciones del individuo dentro del sistema social, de acuerdo con su edad, sexo, hábitat, escolaridad, religión, ideología, posición política, ingresos económicos, etcétera.

Es importante destacar que la presencia de los medios de comunicación masiva en nuestra vida cotidiana constituye un importante fenómeno que la sociología pretende analizar con el fin de explicar sus efectos en la evolución de la sociedad contemporánea.

## **FILOSOFÍA Y COMUNICACIÓN**

La palabra filosofía significa, etimológicamente, "amor por la sabiduría". La filosofía sería la contemplación reflexiva del universo, y la sabiduría, el conocimiento de la verdad, la ciencia absoluta adquirida por la reflexión. Aristóteles antepone la razón a la ciencia. Señala que para que el hombre se comunique es necesaria la presencia de un orador y de un público que muestre interés en escucharlo y, desde luego, que el orador tenga algo que comunicar.

## **LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN**

La lingüística es la ciencia que estudia todos los aspectos de las lenguas, su origen, evolución, características, utilización, y relación.

El lenguaje es universal, ya que permite una gran diversidad de formas o maneras de expresión que inducen el establecimiento de la comunicación. La estructura del lenguaje, en su calidad de modo de comunicación, se relaciona con otros elementos de particular relevancia; por ejemplo: el predominio del sentido emotivo, esto es, que la comunicación lingüística, como cualquier comunicación, tiene un carácter anticipatorio, de ahí que se adelante a los hechos.

La lingüística estudia el lenguaje en sus dos ramas principales: el habla y la escritura; no obstante, los lenguajes orales y escrito son tan sólo algunos de los múltiples lenguajes que el hombre utiliza para comunicarse.

La expresión verbal es una forma directa de hacer llegar un mensaje, a pesar de que el sujeto no esté físicamente frente a su interlocutor. El empleo de la voz como medio de comunicación produce importantes efectos, pues sus vibraciones son capaces de conmover y emocionar a una audiencia.

La palabra escrita, por su parte, es otro medio de comunicación valioso, cuyo propósito fundamental es dejar huella y registro de mensajes que pueden referirse a un pasado remoto o cercano y a sucesos de actualidad, e inclusive a especular sobre lo futuro. Es obvio que este medio implica mayores exigencias, en cuanto a redacción y estilo, que la expresión oral, puesto que la escritura permite afinar el mensaje y en consecuencia incrementa las posibilidades de estructurar un contenido, lo que evita confusiones respecto al significado.

Por tanto, el lenguaje es el vehículo de comunicación más eficiente, en cualquiera de sus formas y maneras de expresión; de ahí que el lenguaje y la comunicación vayan de la mano.

### **SEMÁNTICA Y COMUNICACIÓN.**

La semántica es la ciencia que estudia el significado de las palabras o los signos; es decir, el contenido semántico se refiere al significado de los signos.

Con base en la semántica, y considerando al emisor del proceso comunicativo, la comunicación lingüística se clasifica en denotativa y connotativa. Es denotativa cuando los objetos referentes se enuncian en una forma próxima a su realidad, por lo que el uso común del lenguaje y el uso científico son básicamente denotativos.

Hoy la denominada incomunicación humana obedece en gran medida a la falta de precisión en las palabras. La finalidad de la comunicación lingüística es connotativa cuando uno o varios elementos de la lengua se utilizan de tal manera que proyecten tanto el contenido único aceptado como norma en su estructura superficial, como otro o varios más que incrementan su variabilidad de mensajes



El hombre tiene suficiente capacidad para manejar un sinnúmero de significados; sin embargo, la lingüística le indica cómo éstos se relacionan con su realidad concreta; por consecuencia, cuando el número de significados con base en las experiencias y nivel sociocultural de un individuo es muy amplio, su capacidad de comunicación será también amplia.

## **LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN**

Las ciencias de la comunicación actualmente son una herramienta básica para comprender la naturaleza de las sociedades, así como la comunicación diaria entre personas o grupo de personas, sea en su dimensión institucional o comunitaria.

Las ciencias de la comunicación abarcan una gran variedad de especialidades, entre las que destacan: comunicación social, periodismo, relaciones públicas, comunicación institucional, redes y telecomunicaciones, entre otras. La importancia es poder comunicarse y el paso siguiente es el entendimiento. Si no hay entendimiento no hay comunicación.

La comunicación es importante para poder expresar lo que se siente o se piensa, se puede transmitir, y a la vez se puede saber los pensamientos de otras personas y tener diferentes miradas sobre una cuestión.

El ser humano es un individuo que para poder subsistir necesita además de lo básico lo social, en este caso la comunicación. No todos los se comunican igual, eso es sabiendo, la comunicación ya sea oral o escrita es el inicio o índice, por decirlo así, de la civilización humana, es lo que nos diferencia de los animales, es lo que nos humaniza.

Una cosa importante sobre la comunicación es que va a permitir dejar la huella del hombre, si este mundo llegara a cambiar. La comunicación está relacionada con las demás ciencias ya que la constituye el puente de cualquier clase de negocio o de inter-acción comercial, la ciencia que está inmersa en la comunicación es el marketing; encargada de realizar estudios de mercado y con el posicionamiento del producto en el mercado si es acorde la venta del mismo en tal localidad, le acompaña otra ciencia, la publicidad; estas tres ciencias se complementaran y siempre tendrán que ir juntas para que tengan un buen resultado ,a la publicidad les corresponde promocionar un producto de manera de campaña, para poderla posesionarlo sin la comunicación no se podría realizar nada de esto, aquí también corresponde en parte estrategias de comunicación; para saber cómo se puede realizar la campaña del producto que se ofrece sea por medio de televisión, radio, prensa etc.

## **FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN**

**Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

**Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.

**Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las

que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.

**Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los adolescentes qué es lo que se debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

**Expresión emocional:** Gran parte de los adolescentes, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.

**Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

## AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN

Diversos enfoques de la comunicación humana la conciben como un ritual que los seres humanos llevan a cabo desde que nacen.

Los teóricos han determinado cinco axiomas de la comunicación también conocidos como axiomas de Paul Watzlawick:<sup>4</sup>

1. Es imposible **no comunicarse**.

---

<sup>4</sup>BASTARDAS BOADA, Albert (1995). Comunicación humana y paradigmas holísticos. CLAVES de razón práctica, 51, pp. 78-80.

2. Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno de relación, tales que el segundo califica al primero y es por ende una meta comunicación.
3. La naturaleza de una relación depende de la puntuación de secuencias de comunicación entre los comunicantes.
4. Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.
5. Los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios según estén basados en la igualdad o la diferencia

## **TIPOS DE COMUNICACIÓN**

### **Comunicación oral**

Toda comunicación oral que se establece entre dos o más personas debe cumplir con ciertas reglas que permitan su fluidez y organización, de modo que todos los participantes puedan escuchar y entender el mensaje que se les está transmitiendo. Existen diferentes tipos de diálogos, entre los que se destacan:

- ✓ **Conversación grupal:** Diálogo libre en el que participan varias personas.
- ✓ **Debate:** Conversación grupal organizada, dirigido por un moderador.
- ✓ **Entrevista:** Diálogo entre dos personas, entrevistador y entrevistado.
- ✓ **Exposición:** Desarrollo de un tema ante un grupo de personas.

### **Conversación grupal**

En aquellas conversaciones en las que participan varias personas, debe tenerse en cuenta ciertas pautas de **organización** para lograr el entendimiento de todos los integrantes del **grupo**: esperar que una persona termine su exposición para hablar. Pedir turno para hablar, escuchar la opinión de los demás.

### **Debate**

El debate es una conversación **grupal organizada** en la que se exponen diferentes puntos de vista respecto a un tema en especial. La discusión está dirigida por un moderador que registra el orden en que hablarán los participantes e indica cuando debe hablar cada uno, de modo de evitar interrupciones. Todo debate debe seguir determinadas reglas: seguir las indicaciones del moderador. Expresarse claramente. No hablar al mismo tiempo que los otros oradores ni interrumpirlos.

### **Entrevista**

La **entrevista** es un **diálogo** entre dos personas donde el **entrevistador** realiza preguntas y el **entrevistado** las responde.

Es importante realizar todas las averiguaciones posibles respecto a la persona que se va a entrevistar, para poder formular preguntas interesantes y no superfluas. A partir de las respuestas del entrevistado pueden realizarse nuevas preguntas derivadas de la misma.

Se debe tomar nota de las preguntas y respuestas. Al transcribir el diálogo, deberán suprimirse las repeticiones y expresiones propias del **lenguaje** hablado; Ejemplo: Bueno,..., este..., mmmm...

Cuando se realizan las mismas preguntas a varias personas para llegar a un resultado de acuerdo a lo que han respondido, se dice que se realiza una **encuesta**. En este caso el cuestionario debe prepararse por

anticipado y no debe repreguntarse después de recibir la respuesta seguir las indicaciones del moderador. Expresarse claramente no hablar al mismo tiempo que los otros oradores ni interrumpirlos.

### **Exposición**

La exposición es la explicación y **desarrollo** de un tema en particular. Debe realizarse en forma clara, sencilla y **organizada**, utilizando **lenguaje** informativo. Para lograr una buena exposición se debe: seguir las indicaciones del moderador. Expresarse claramente no hablar al mismo tiempo que los otros oradores ni interrumpirlos.

De acuerdo al tiempo disponible para exponer, elaborar la exposición, que debe contar con:

- ✓ **Introducción:** presentación del tema.
- ✓ **Argumentación:** exposición de las ideas fundamentales y comentarios.
- ✓ **Conclusión:** síntesis de lo expuesto, dando relevancia a los puntos fundamentales.

## **COMUNICACIÓN INTERNA**

Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación.

Se considera **comunicación interna** a todos los procesos de producción social de sentido que se dan entre los miembros de una organización, tanto si se encuentran en el ámbito físico de la entidad como en el simbólico. Esto implica que, por ejemplo, las reuniones destinadas a los empleados o a la vinculación entre éstos y sus superiores -entre otras

situaciones-, aun cuando se realicen fuera del edificio de la organización, también se constituyen en un espacio de comunicación interna, puesto que se trata de la interacción entre los miembros de una organización dentro del marco simbólico de la misma, en donde se evidencian procesos de producción de sentido.

Uno de los puntos más importantes en el ambiente laboral es la comunicación interna. Es la clave de la motivación, es lo que permite que la gente sienta que puede expresarse y que sus ideas serán escuchadas, valoradas, seguramente se sienta a gusto en su lugar de trabajo; generando una mayor fidelización de los empleados hacia la empresa, un mayor compromiso.

Gran cantidad de experiencias comprobadas en diferentes empresas demuestran que teniendo canales de comunicación efectivos (los supervisores conozcan las políticas de empleo y los empleados saben cuáles son sus derechos) habrá menos posibilidades de que se produzcan malos entendidos o sentimientos por parte de los empleados de que no forman parte del equipo de la empresa. Debido a que las corporaciones son cada vez más complejas es preciso crear numerosos canales de comunicación para que la información se mueva hacia arriba, hacia abajo y lateralmente dentro de la estructura organizativa de la empresa.

### **Estrategias de comunicación interna**

Una de las estrategias de comunicación interna, en la que se establecen informaciones relativas a la organización que cualquier miembro de ella debe conocer. Desde la perspectiva profesional será necesario explicitar la información sobre los objetivos del departamento en el que inserta el trabajador y las políticas de personal tales como estructura salarial, el estatuto de los empleados, normas de seguridad e higiene en el trabajo, sistema de promoción, régimen de vacaciones, etc.

### **Reuniones informativas**

Es uno de los instrumentos de los que dispone la organización para comunicarse directamente con sus públicos internos. Siempre serán realizadas por personal responsable y se concretan para mejorar la interacción personal y establecer elementos dinamizadores. Deberán estar convenientemente planificadas, secuenciadas y estructuradas con la estrategia de comunicación interna.

### **Revista o periódico interno**

Los objetivos son crear una identidad organizativa, conocer las inquietudes de los miembros de la organización, establecer canales fluidos de comunicación entre todos los miembros independientemente de la posición jerárquica e informar a los empleados. Para ello, la estructura abarca informaciones de contenido social (actividades culturales y deportivas, anuncios de personal, crónicas sobre empleados), informaciones de la organización (sobre el sector económico en el que se encuadra, noticias financieras o de producción) y contenidos relacionados con los empleados (relaciones con el trabajo, promociones, beneficios económicos o sociales). De estas tres grandes temáticas, casi siempre se ha potenciado la primera y la segunda, mientras que el tercer aspecto no se encontraba privilegiado. Sin embargo, diversas investigaciones han analizado el uso de los empleados de esa herramienta y qué aspectos les resultan más atractivos

Se puede utilizar para informar sobre situaciones de una manera rápida y que han surgido súbitamente, aunque su pretensión no es la de un análisis profundo sino exponer sucintamente la información o el acontecimiento. Por tanto, no tiene una periodicidad establecida y su aparición se circunscribe al surgimiento de mensajes urgentes y de importancia.



### **Revista de prensa**

Es un elemento que muestra informaciones aparecidas en los medios de comunicación referidas a la organización o sobre aspectos que inciden directamente sobre ella. Su frecuencia depende del volumen de información que surja en los medios y no es necesaria una presentación de calidad.

La lectura de esas informaciones confiere una satisfacción a sus miembros al sentirse partícipes de una institución que posee marcada presencia social y que tiene una proyección externa. Determinadas personas de la organización pueden solicitar y de hecho habría que hacerlo de manera sistemática un análisis más profundo y contextualizador de las informaciones por parte del responsable de comunicación.

Uno de los aspectos que suscitan este tipo de instrumentos es la necesidad de decidir qué clase de información aparece. Así, frente a las posturas que las limitan a aquellos acontecimientos de índole positivo para la organización, hay que considerar a que si se postula una total apertura en la comunicación es necesario incluir todo tipo de información sea positiva o negativa. Eso sí, realizando posteriormente una actividad comunicativa para que los lectores puedan verificar o no la exactitud de lo leído.

Asimismo si el volumen de información es muy elevado es pertinente elaborar una revista especializada a partir del organigrama de nuestra organización. Así, se podría elaborar uno económico-financiero, otro referido a aspectos productivos, otro sobre los recursos humanos, etc.

### **Tablones de anuncios**

Instrumento que se puede utilizar en todos los sentidos de la comunicación (ascendente, descendente y horizontal) y aportan facilidad

de ejecución y la flexibilidad de su contenido y la complementariedad con otros instrumentos. El contenido puede abarcar:

- ❖ Informaciones legales obligatorias establecidas por la ley: horarios, días festivos, servicio médico, información sobre las retribuciones, seguridad e higiene en el trabajo.
  
- ❖ Informaciones referentes a la organización tales como resultados, acontecimientos del sector de actividad de la institución, campañas de sensibilización (antitabaco, prevención del cáncer, etc.).
  
- ❖ Informaciones sociales de la organización y de relaciones entre los trabajadores, tales como excursiones conjuntas, encuentros deportivos, reuniones sociales, etc.

El éxito del tablón de anuncios depende de su contenido, pero también existen otros elementos que influyen en concretar y alcanzar los objetivos que se pretenden con este instrumento. Cabe tener en consideración:

1. La ubicación debe realizarse en lugares concurridos y de fácil acceso visual.
  
2. Responsabilizar a una persona que sustituya periódicamente el contenido y que evite la sobreabundancia de información y el solapamiento de todas ellas. Asimismo, la limpieza facilita el acercamiento y la intención de actualidad que debe tener.
  
3. El contenido debe facilitar la legibilidad y ser atrayente visualmente y estar bien estructurado.

### **Buzón de sugerencias**

Instrumento de comunicación ascendente que tiene como objetivo que los empleados puedan expresar sus opiniones o sugerencias que no quejas o reclamaciones sobre diversos aspectos:

- ✓ **Técnicos**, tales como métodos de trabajo, mejoras organizativas, sustitución de materiales, tiempos de producción, mejora de la productividad.
- ✓ **Humanos**, referidos a seguridad e higiene en el trabajo, turnos de vacaciones, mejoras sociales, condiciones en el trabajo.
- ✓ **Administrativos** entre los que se encuentran nóminas, servicios en la organización, normas administrativas.

Su éxito se basa, principalmente, en que el usuario perciba su utilidad manifiesta, ya que debe ser un instrumento activo al tener que tomar la iniciativa y concretarla de manera argumentativa. Además debe dedicar tiempo a la reflexión, en primer lugar, y a la redacción, en segundo. Esa actividad exige respuesta de la organización al esfuerzo que ello supone.

### **Circulares**

Son el conjunto de mensajes que se dirigen a un determinado sector de la organización o a su globalidad. Se utiliza un sistema que irradie a todos los miembros de la organización (de ahí el concepto de circular), y se refiere a determinadas temáticas de índole organizativa (administrativas, avisos, convocatoria de reuniones).

### **Visita o jornadas de puertas abiertas**

Este tipo de comunicación puede ser de dos clases: internas o externas. Externas se refiere a aquellas personas que no tienen relación directa con la organización; las internas incluyen a los empleados y sus familiares, así

como a proveedores, clientes u otros públicos directamente relacionados con la organización.

Es importante para la comunicación interna que todos los miembros internos conozcan el ámbito, el ambiente y el contexto de trabajo y que sean conscientes de los diferentes problemas que acontecen en cada una de las áreas. Esa es una de las actividades que pueden ser enmarcadas en el ámbito de la comunicación transversal.

### **Intranet**

Intranet como «una pequeña Internet, con la gestión de la información y herramientas de acceso del Worl Wide Web juntos en una organización. Se puede elegir conectar la intranet a Internet, o se puede decidir mantener la intranet local y no conectarla jamás a Internet»

#### **Las características de una intranet son: <sup>5</sup>**

- Intranet es una red dentro de la organización.
- Intranet tiene acceso a Internet pero no al revés.
- Su instalación es rápida y económica (sólo requiere una pequeña inversión en infraestructura).
- Son escalables ya que pueden ampliarse en función de las necesidades.
- Son accesibles a través de la mayoría de plataformas informáticas del mercado.
- Soportan fuentes de información previas a su instalación, como bases de datos, documentos de textos, etc.

Sin embargo, no debe pensarse que la intranet es la solución para los males de la comunicación interna, sino que es una herramienta a su servicio. Uno de los aspectos más relevantes de las tecnologías de la comunicación es la mejora de los procesos comunicativos cualitativa y cuantitativamente; pero eso no implica una sustitución de elementos directivos y decisorios, que debe recaer en las personas facultadas para

---

<sup>5</sup> LABRACKE, Kia K.; BLUEMNER, Erv (1997). «Uso de una intranet» en Ambegaonkar, Prakash Kit de Recursos de Intranet. Madrid: McGraw-Hill.

ello.

Su uso y aplicación se enmarcan en el conjunto de decisiones planificadas y ejecutadas según unos objetivos concretos y tomando en consideración que no siempre es la solución para problemas que atañen a otros ámbitos, tales como la necesidad de determinar canales de comunicación, la disponibilidad para compartir información, el convencimiento de que la comunicación es necesaria y positiva, entre otras razones.

En mundo el sujeto interactúa con el mundo irreal y éste responde a sus órdenes o requerimientos, ya sea de manera gestual, verbal, táctil, etc. Y esa es una de las principales características de la realidad virtual, como son la interacción, la inmersión y la inmediatez. En esta situación se podría definir la realidad virtual como Interfaz que implica simulación en tiempo real e interacciones mediante múltiples canales sensoriales. Estos canales sensoriales son los del ser humano. La vista, el oído, el tacto, el olfato y el gusto.

A pesar de que las aplicaciones lúdicas son las principales impulsoras de la realidad virtual, existe un campo amplio en el que también pueden tener un peso significativo. Y ese campo es el de la interacción entre usuario y organización, desde la perspectiva de recorridos virtuales. Una de las múltiples estrategias que se encuentran al alcance de las relaciones públicas son las jornadas de puertas abiertas que organizan instituciones que no son de acceso libre y directo.

Con las técnicas de realidad virtual de exhibición, el estado del proyecto es reflejado por el sistema en cualquier instante, en un modelo dinámico que puede funcionar y examinar el proyecto a velocidades diferentes y bajo circunstancias variables. La rápida generación de muchos puntos de vista desde el mismo conjunto básico de datos facilita la observación y el

examen de ciclos intermedios. La capacidad de visualizar con claridad y establecer prioridades dentro de los datos sobre los que se basa un proyecto proporciona al empresario un ahorro de dinero y tiempo. Las personas involucradas en los proyectos podrán entender la dinámica de las actividades mediante la observación de la dinámica del modelo.

### **Videoconferencia**

La posibilidad de conectar a dos o más personas que están separadas geográficamente supone un gran avance para las organizaciones, sobre todo si esa conexión supone un intercambio de información en vídeo y audio. Así, surgieron las videoconferencias como instrumento que permitía conectar visualmente a personas que estaban separadas por una distancia considerable.

### **Herramientas de Gestión**

Es importante la generación de distintos Soportes de Comunicación Interna para que sea más rica la comunicación. Los mismos pueden ser orales, escritos, audiovisuales, digitales etc. Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) abren el abanico de posibilidades e integran distintas modalidades generando soportes Multimedia e Hipermedia<sup>6</sup>. El desarrollo de este último tema merece capítulo aparte.

- **Carta al Personal:**

Las cartas deben ser breves y legibles. Se utilizan para difundir información importante tales como resultados, cambios en la organización, etc. Su ventaja radica en la rapidez de su llegada y el impacto que provoca el remitente. Por ello, se aconseja no realizarlas en forma múltiple con un destinatario común sino personalizado.

---

<sup>6</sup>Carla Cirigliano, Comunicadora Social y Tec. en Comunicación de las Organizaciones

- **Carteleras:**

Este ancestral pero efectivo medio de comunicación se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal. Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Es necesario que su contenido este ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, para evitar malos entendidos, consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha.

- **Cuadernillo de Bienvenida:**

Cualquier persona que ingresa a una Institución nueva necesita saber a dónde se ha incorporado. Para ello algunas organizaciones diseñan este material que tentativamente puede incluir: una síntesis histórica, las normas internas, su organigrama, sus integrantes, etc.

- **Manuales de estilo:**

Son guías sistematizadas de procedimientos institucionales que reúnen la información técnica, organizativa, histórica, etc. Ayudan a organizar y coordinar las actividades. Además, como la dimensión de la comunicación es amplia colabora indirectamente en la imagen creando una sinergia de discursos no necesariamente verbales; evitando contradicciones.

- **Folletos:**

Sobre temas particulares como las coberturas de las ART o ¿Qué hacer frente a un accidente laboral? se pueden diseñar sencillos y prácticos trípticos para el personal en el contexto de campañas de concientización interna.

- **Publicación Institucional:**

Una revista interna informa, motiva y cohesiona al personal. Su importancia es que en ella confluyen informaciones de diferentes áreas. Así, se produce una comunicación ascendente, descendente y lateral.

Además, la identificación de los integrantes con su contenido conlleva, por un lado, la valoración como persona y, por otro, un sentimiento de pertenencia. Estas publicaciones se adecuan a los hábitos de lectura de cada cual y crea una cita periódica entre la redacción y el personal.

- **Reuniones:**

Las reuniones son un espacio de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con espacio acorde y convocar a los participantes con la debida antelación.

- **Línea abierta o Línea directa:**

Es una línea telefónica donde todos pueden llamar y dejar sus preguntas, sugerencias, temores, etc. en un contestador. Pueden utilizarlo todos los integrantes de la organización y es obligatorio que, junto al mensaje, dejen su nombre y sector. Los mensajes serán revisados por el responsable y a los pocos días se deben contestar los mensajes.

- **Buzón de Comunicaciones:**

Permiten que todos los integrantes de la organización se expresen con libertad y puedan hacer conocer a los niveles superiores de la organización su planteo. No deben tenerse en cuenta los mensajes anónimos.

- **Medios electrónicos**

Las relaciones hombre-espacio/ hombre-hombre, en el contexto de la Revolución Científico Tecnológico, cada vez se producen menos frente a frente. Un número creciente de redes se intercalan y organizan la interacción. A partir de ello resulta necesario suscitar nuevas relaciones de intercambio, no sólo de individuo a individuo, sino también de los individuos con la organización como espacio de pertenencia.



Entre las posibilidades que puede poner en marcha una empresa se puede citar:

- E-mail: sus ventajas son: rapidez, interactividad, multidifusión, facilidad de fijación del destinatario.
  
- Intranet: es una red interna. Presenta la ventaja de ser un medio rápido e instantáneo. Sólo se necesita colocar las computadoras en red.
  
- Listas de distribución y foros de discusión por internet: puede servir para motivar a los integrantes en el uso de estas herramientas y estimular su pertenencia. Los temas pertinentes serían institucionales.

En la página web institucional se puede prever un área restringida sólo para los integrantes de la institución e implementar los foros.

## **COMUNICACIÓN EXTERNA**

Se convierte en una herramienta muy importante de la empresa de cara al exterior, no sólo en casos de que la empresa tenga algo que comunicar sino en cualquier situación. Muchas empresas se dedican a la comunicación interna y sin embargo se olvidan de la comunicación externa, que es tan importante. Las empresas deben comunicar todo tanto a nivel interno como externo, dando una buena imagen de la empresa y también una imagen transparente.

La empresa es un ente social y como ello ha de actuar, por eso debe hacer una comunicación externa efectiva y eficiente con el objetivo no sólo de mejorar la imagen de la empresa sino también de conservarla, además de dar confiabilidad a los clientes y potenciales clientes.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Antes de identificar los medios publicitarios, debemos referirnos a que la publicidad es parte integral de nuestra sociedad debido a que está estrechamente relacionada con la fabricación, distribución, comercialización y venta tanto de productos como de servicios. Por otro lado la publicidad existe por muchas razones entre las que podemos destacar:

- Es parte de nuestro sistema de comunicación.
- Informa a la gente de la disponibilidad de productos y servicios.
- Proporciona información que ayuda a tomar decisiones fundamentales.
- Informa a la gente acerca de sus derechos y obligaciones como ciudadano.

En nuestra sociedad existen diversos medios publicitarios como son:

- ✓ Televisión
- ✓ Radio
- ✓ Prensa o Diarios
- ✓ Publicidad
- ✓ Internet

### **LA TELEVISIÓN**

En la actualidad la televisión es más que un medio de entretenimiento, información y publicidad, sino que se ha convertido en parte de la vida social y cultural de la mayoría de las personas. Es la principal fuente de información, así como recreativa en la que invertimos nuestra mayor cantidad de tiempo libre.

La televisión, es el principal medio publicitario a nivel nacional, y todo parece indicar que lo seguirá siendo por muchos años más. Sin embargo, se trata de un medio en pleno estado de transición.

El televidente por medio de las grabadoras de vídeo, DVD, y múltiples alternativas de programación, ejerce cada vez mayor control sobre el medio.

La televisión es un medio publicitario ideal, ya que lo emplean prácticamente todos los segmentos de la población. Esto apela a todos los sentidos, valiéndose de las imágenes, el sonido y el movimiento con un alto promedio de compenetración por parte del público.

### **LA RADIO**

La radio es el medio de comunicación más personal. La naturaleza de individualización de la radio hace que posea una calidad íntima de persona a persona, que la mayoría de otros medios no posee. Es muy selectiva y, por lo tanto, dirigida a los gustos individuales de las personas que la escuchan. Por otro lado, además es el más móvil de todos los medios de comunicación y se convierte en una compañía en el hogar de muchas personas.

Una de las mayores ventajas de la radio es la capacidad para llegar a la gente hasta lugares de trabajo, además la publicidad de la radio posee un sentido de inmediatez y de flexibilidad, y todo esto a un costo que cabe dentro del presupuesto de cualquier anunciante, inclusive para el más pequeño.

### **LAS REVISTAS**

Las revistas llevan información a segmentos selectos del público, ya que aunque son de fácil acceso sea en quioscos, locales no todas las personas las adquieren pues estas se especializan en ciertas ramas. Por

ejemplo están aquellas abocadas a la música, otras a las finanzas, otras a la cultura en fin diversas categorías para diferentes tipos de clientes. Selectividad de la audiencia: las revistas exitosas son aquellas que identifican y alcanzan un segmento de audiencia de interés para los anunciantes.

Mayor alcance entre segmentos seleccionados de la audiencia: Las revistas selectivas pueden ser un medio excelente para aumentar el alcance entre ciertos grupos: por ejemplo entre los usuarios ligeros de la televisión.

Credibilidad: la mayoría de las revistas le ofrece a los anunciantes un ambiente en extremo creíble para su publicidad.

## **PRENSA**

Al igual que las revistas, esta constituye también un medio de comunicación masiva. El hecho que los jóvenes no lean el diario con regularidad representa un especial problema para esta industria. En cuanto a la publicidad de los periódicos tienen que diversificar las categorías de productos y servicios que hacen uso de ellos. Debido a la gran variedad que existe en el mercado, estos, ya no pueden depender exclusivamente de los detallistas como sus principales anunciantes.

## **CORREO DIRECTO Y PUBLICIDAD DE RESPUESTA DIRECTA**

En realidad, la publicidad de respuesta directa es cualquier publicidad utilizada para vender bienes, en forma directa a los consumidores. La publicidad es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un específico grupo objetivo.

## **INTERNET**

La irrupción de Internet en el mundo de la comunicación es un hecho. Las empresas están utilizando de forma creciente los diferentes servicios que ofrece la red. Inicialmente con mayor intensidad el correo electrónico, aunque no sea este el más notorio. Sin embargo, queda aún la duda de hasta qué punto la notoriedad actual del fenómeno es resultado de la atención que suscita en otros medios más que de la difusión real del sistema.

Los medios de comunicación son un canal fundamental para cualquier comunicación que queramos a dar conocer, puede ser por medio de la televisión, que es muy importante pues cumple funciones de transmitir mensajes de manera directa en audio y visual y permitiendo al televidente a tener idea clara de lo que se está promocionando; la radio es otro canal donde la publicidad y la comunicación van inmersa; además es el más móvil de todos los medios de comunicación, por medio de las revistas. Las revistas llevan información a segmentos selectos del público para que así por medios de pequeños artículos puedan enterarse de lo que se está comunicando y poder llegar a un público amplio.

Los medios de comunicación son la puerta de la comunicación para que los adolescentes puedan captar de una manera rápida y poder llegar de una forma ágil y poder informar el tema que se requiere a dar a conocer.

## **FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Se podría determinar las necesidades generales de comunicación y los métodos empleados, pero inicialmente debe considerarse los factores que afectan al contenido y estilo de las comunicaciones.

Todas las facetas de la comunicación importantes y urgentes pueden realizarse en el momento y de forma personal, que y como se ha visto

anteriormente, es el medio de comunicación por excelencia, sobre todo si luego se confirma por escrito.

Esto no significa que las pymes no tengan problemas de comunicación, incluso si se dan las circunstancias o situaciones como las que hemos comentado.

Cuanto más grande es la organización, más tiempo y más esfuerzo tendrá que dedicar al diseño de una estrategia eficaz de comunicación. Otro inconveniente en las grandes empresas o multinacionales es el número de empleados y la distancia entre ellos (delegaciones diseminadas por todo el mundo).

Uno de los problemas más importantes para este tipo de empresas es, como comunicar con eficacia e interrelacionar entre sí a todo su personal y la selección de los medios adecuados.

Otro factor importante en la estrategia de comunicación es el cambio. La gente tiene cierta aversión a los cambios. La gestión debe tener en cuenta estas circunstancias para formular la estrategia de comunicación adecuada si se quiere inducir al personal sobre los cambios que se pueden producir.

Está demostrado que la resistencia al cambio será menor si se invita al personal a participar en el proceso de toma de decisiones que aceptará, consecuentemente, porque son parte de la misma.

Cuando necesitamos comunicar cualquier decisión con consecuencias importantes para nuestra empresa, y ello suponga un cambio sustancial en la gestión, deberemos prestar especial atención a la forma y momento de enfocar el proceso de comunicación.

Muchas empresas que no lo hicieron en el momento adecuado se vieron abocadas a una serie de problemas y el proceso de implementación fue largo y costoso. Otros factores importantes en la estrategia de comunicación son las expectativas y aptitudes del personal. Esto se refleja en la cultura organizativa de la empresa. Hace cien años un obrero esperaba que le dijeran lo que tenía que hacer y rara vez se le pedía opinión.

Este problema, como hemos mencionado en otra parte de este trabajo, sigue ocurriendo en muchas empresas de nuestro país. El empresario debe tener siempre en cuenta dichas actitudes para planificar una correcta estrategia de comunicación.

A medida que la empresa mejora en sus técnicas de comunicación, más se acostumbrarán los equipos de trabajo a los nuevos niveles de organización. Si esto no ocurriera, se estaría creando otros problemas que antes no existían.

## **ADOLESCENCIA Y COMUNICACIÓN**

La adolescencia es una etapa fundamental dentro del proceso de construcción de la personalidad y el tránsito hacia la edad adulta, una visión simplista puede reducir ese proceso a un plano puramente biológico: la aparición de caracteres sexuales primarios y secundarios, pero en realidad es mucho más compleja la experiencia en pos de la identidad de hombres y mujeres, porque en él intervienen las personas, con toda su complejidad, y entran en juego los sistemas de relaciones y modelos sociales y culturales. La etapa más conflictiva en la experiencia de padre e hijos suele ser la adolescencia, por ello, tanto para unos y otros, es indispensable conocer mejor, en sus diversas dimensiones, las características y naturaleza del proceso en esta etapa vital.

Las páginas del presente fascículo tienen la intención de trazar el proceso de la adolescencia, bajo algunos de los presupuestos que guían todo el trabajo: la sexualidad sobrepasa una función puramente biológica, es una forma privilegiada de expresión amorosa a través del cuerpo, se mueve en un ámbito social y cultural y tiene que ser una experiencia humanizante.

La adolescencia es el período que va después de la infancia y que se extiende hasta la edad adulta. En los chicos suele ir desde los catorce hasta los veinte años y en las chicas desde los doce a los dieciocho años. Es un período crítico, voluble, turbado al cual padres y adolescentes temen. Los padres porque ignoran las reacciones del hijo en ese período y cómo acercarse a él sin que se rebote y el propio adolescente porque teme el descontrol.

Para los padres es difícil entender que los hijos crecen y pueden pensar y actuar por sí mismos y para los "pequeños rebeldes" llamados adolescentes la madurez se les sube a menudo a la cabeza. Todos quienes son parte de una misma generación seguro que recuerdan la propia adolescencia, con esos cambios de carácter inexplicables, esas sensaciones corporales que se escapaban a la propia comprensión y esas ganas de comerse el mundo y todo aquello que estaba prohibido. Los primeros pitillos, el primer contacto con el alcohol y las drogas, el primer beso y la primera decepción en el amor.

El adolescente se lanza de forma impetuosa a buscar experiencias porque cree ya ser mayor y suficientemente inteligente para salvar todos los obstáculos que se le atraviesen en su camino hacia la consecución de sus objetivos. Pero a menudo parece que todo sale mal y además sólo puede confiar en los amigos porque los padres parece que dejaron de comprenderlo.



El equilibrio se ha roto, los padres dejaron de protegerle y tiene que afrontarse con diferentes retos en la vida que le conducirán al mundo adulto, a menudo en este camino tropiezan con otros adolescentes cuyos vínculos familiares no sean demasiado fuertes, cuyos padres han dejado de preocuparse por ellos, o simplemente que sufrían algún trastorno conductual.

Nuestro adolescente es todavía frágil y antes escuchará a uno de los suyos que a vosotros, sus padres. Con esta suposición se quiere llegar a un tema muy común dentro del grupo llamado Adolescentes y se refiero a "la delincuencia juvenil" (llamamos Delincuente a "aquella persona joven que ha sido procesada y se la ha encontrado culpable de una ofensa que se calificaría como delito si la hubiera cometido un adulto). Los delitos más comunes son aquellos que atentan contra la propiedad y de violencia personal.

Hay diferentes teorías que explicarían la delincuencia entre los jóvenes, entre ellas está el contacto con otros modelos delictivos, valoraciones entre sus compañeros de ser una persona que se arriesga, que busca estímulos excitantes o que es el más fuerte.

El pronóstico de los delincuentes es bastante malo porque a menudo estos sujetos viven en barrios marginales y si no son sacados de ese entorno es muy difícil por no decir imposible que abandonen la delincuencia.

Cuando se trata de trastornos de conducta la mejor terapia es la conductual, modificación de conducta, a la vez que trabajaremos con su entorno inmediato para lograr el cambio de actitud. Los adolescentes necesitan al igual que los niños de una vida familiar segura, de un entorno adecuado donde poder encontrar la estabilidad que les conducirá hacia la madurez. Desorientados por sus contradicciones internas, buscan con

afán un afecto y dirección donde poder comprender ¿qué les está pasando?

El mundo se le aparece bruscamente y así es como él lo explora, sin orden ni concierto, sin inicio lógico; el tiempo pasa pronto y tiene mucho que absorber, su propio "yo" le deja perplejo y busca en agrupaciones, en valores espirituales,.. Comprensión. Se quiere al amigo, se le admira, se confía en él y hasta se le imita.

Los padres tendrán que mostrarse seguros para afrontar ese período perturbador, deberán incrementar las normas y orden y sobre todo, tendrán que fomentar el acercamiento afectivo hacia su hijo adolescente porque en ese vínculo es donde se equilibrará al adolescente para lograr que esa etapa sea recordada como una de las mejores de su vida y no como la peor.

## **SEXUALIDAD**

La **sexualidad** es el conjunto de condiciones anatómicas, fisiológicas y psicológico-afectivas que caracterizan cada sexo. También es el conjunto de fenómenos emocionales, de conducta relacionados con y de prácticas que se realizan con búsqueda del placer sexual, que marcaran de manera decisiva al ser humano en todas y cada una de las fases determinantes de su desarrollo en la vida.

Durante siglos se consideró que la sexualidad en los animales y en los hombres era básicamente de tipo instintivo. En esta creencia se basaron las teorías para fijar las formas no naturales de la sexualidad, entre las que se incluían todas aquellas prácticas no dirigidas a la procreación:

La sexualidad humana de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) se define como:

Un aspecto central del ser humano, presente a lo largo de su vida. Abarca al sexo, las identidades y los papeles de género, el erotismo, el placer, la intimidad, la reproducción y la orientación sexual.

Se vive y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales. La sexualidad puede incluir todas estas dimensiones, no obstante, no todas ellas se vivencian o se expresan siempre. La sexualidad está influida por la interacción de factores biológicos, psicológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, éticos, legales, históricos, religiosos y espirituales<sup>7</sup>.

Se propone que la sexualidad es un sistema de la vida humana que se compone de cuatro características, que significan sistemas dentro de un sistema, éstas características interactúan entre sí y con otros sistemas en todos los niveles del conocimiento, en particular en los niveles biológico, psicológico y social.

Las cuatro características son: el erotismo, la vinculación afectiva, la reproductividad y el sexo genético (genotipo) y físico (fenotipo). El erotismo es la capacidad de sentir placer a través de la respuesta sexual, es decir a través del deseo sexual, la excitación sexual y el orgasmo.

La vinculación afectiva es la capacidad de desarrollar y establecer relaciones interpersonales significativas.

La reproductividad es más que la capacidad de tener hijos y criarlos, incluye efectivamente los sentimientos de maternidad y paternidad, las actitudes de paternaje y maternaje, además de las actitudes favorecedoras del desarrollo y educación de otros seres. La característica

---

<sup>7</sup> Libro sexualidad y educación océano pág. 91

del sexo desarrollado, comprende el grado en que se vivencia la pertenencia a una de las categorías dimórficas (femenino o masculino).

Es de suma importancia en la construcción de la identidad, parte de la estructura sexual, basado en el sexo, incluye todas las construcciones mentales y conductuales de ser hombre o mujer. Hay que tener en cuenta que es muy importante que sepamos cuales son nuestras actitudes más personales e íntimas hacia la sexualidad.

Uno de los productos de la interacción es la orientación sexual. En efecto, cuando interactúan el erotismo (la capacidad de sentir deseo, excitación, orgasmo y placer), la vinculación afectiva (la capacidad de sentir, amar o enamorarse) y el género (lo que nos hace hombres o mujeres, masculinos o femeninos) obtenemos alguna de las orientaciones sexuales a saber: la bisexualidad, la heterosexualidad y la homosexualidad.

La sociedad moderna se caracteriza por rápidos cambios que se suceden en muchos de sus aspectos. Cambios Económicos, tecnológicos, culturales, y sociales que, a su vez han ido modificando paulatinamente ideas, actitudes y comportamientos en el área de la sexualidad humana. La realidad refleja esa complejidad con numerosos síntomas mientras que por un lado se asiste a un bombardeo publicitario de estímulos eróticos que solo llevan a confusiones, por otro lado se debaten cuestiones sexuales y tienen lugar a polémicas que traslucen una preparación real por un tema considerado durante siglos como aspecto de tabú es la sexualidad.

En la vida hay factores que influyen para incrementar o disminuir el ritmo sexual con la pareja, éstos son: La educación y el valor que le demos a la sexualidad ya que si una persona desde su nacimiento se ha sentido querida y ha recibido una información en la que se ha evitado las

prohibiciones, tendrá una afectividad más desarrollada y podrá transmitirla mejor. Una persona que vive el sexo como algo hermoso, que lo disfruta, siempre tenderá a buscarlo con naturalidad, pues la cultura marca el ritmo e influye en nuestra vida sexual, de hecho cada cultura se rige por su propia norma y lo que para nosotros es algo prohibido, para otras culturas resultará algo muy normal.

Actualmente, en nuestra cultura hay una sobrevaloración de lo sexual, constantemente se reciben estímulos sexuales que en ocasiones son erróneos. El estado de relajación es fundamental a la hora de desear o no hacer el amor. No siempre es una cuestión de educación ni de cultura, a veces la falta de deseos se debe simplemente a una cuestión orgánica. El estilo de vida y el estrés hace que en ocasiones, aunque a una persona le divierta mucho el sexo, prefiera un abrazo y un beso y dormir, porque es lo que su cuerpo y su mente le piden.

### **Adolescencia y sexualidad**

Marca nuevos patrones de comportamiento que permiten enfrentarse a las tareas de adulto que posteriormente deberá desarrollar.

Es normal que el adolescente muestre un interés creciente en su sexualidad así como también preocupación por su imagen corporal y la relación con su grupo de pares. Al inicio el desarrollo psicosexual del joven está caracterizado por una etapa de aislamiento producida por cambios tanto físicos como emocionales. La segunda etapa es de orientación incierta hacia la sexualidad, en donde tiende sólo a relacionarse con las personas de su mismo sexo y tiene un papel muy importante el amigo íntimo.

La adolescencia ha sido considerada como una época de transición en la cual se presentan una serie de cambios tanto físicos,

psicológicos como sociales, los cuales se integran en la personalidad y permiten elaborar la propia identidad <sup>8</sup>

En la tercera etapa ocurre una apertura hacia la heterosexualidad, caracterizada por relaciones amorosas efímeras e intensas y presencia de fantasías eróticas, por último el joven logra la consolidación de su identidad sexual, lo que se manifiesta en relaciones con un objeto sexual y amoroso más estables y duraderas.

Por lo anterior los jóvenes requieren de discusiones honestas y abiertas sobre estos temas para que logren un manejo adecuado de las situaciones que diariamente enfrentan, y desarrollen conductas responsables respecto a su sexualidad.

La expresión de la conducta sexual en la adolescencia estará determinada por una serie de aspectos que trascienden la dimensión reproductiva, la cual no puede separarse de su comportamiento total como ser humano, de su manera y posibilidad de vivir y de las influencias que tienen el ámbito social en su experiencia de vida. <sup>9</sup>

Asimismo la familia ejerce una influencia decisiva en las conductas sexuales presentadas por los jóvenes. Ellos son producto de los múltiples cambios a los que se ven expuestos, sienten deseos de explorar situaciones nuevas como lo son las relaciones sexuales.

La sexualidad adolescente se convierte en una búsqueda del significado, una experiencia generadora de autonomía, de sentimiento de identidad y de autovaloración como persona atractiva, es aquí en donde el grupo familiar juega un rol fundamental en la conformación de actitudes,

---

<sup>8</sup> Fallas, Hania. (1991). "Desarrollo psicosocial del adolescente". En segunda Antología Adolescencia y Salud. Caja Costarricense del Seguro Social. Programa Atención Integral del Adolescente. San José, Costa Rica.

<sup>9</sup> Fariña de Luna, N. (1990). "Sexualidad, cultura y adolescencia". En Sexualidad Humana. Uruguay: O.P.S.

conocimientos y prácticas en la expresión de la sexualidad adolescente, donde además los padres emitirán juicios, estimularán en sus hijos determinadas conductas y limitarán otras, ejercerán autoridad, expresarán sentimientos y emociones que propiciarán conductas sexuales responsables o no.

El tipo de vínculos que se establecen a lo largo del período de la adolescencia con figuras importantes como lo son los amigos y amigas otorgan un carácter particular a la vivencia de la propia sexualidad de cada individuo.

### **La sexualidad y la reproducción**

Están íntimamente ligadas a la calidad de vida, tanto en el ámbito de lo individual como de lo social.

La salud sexual y reproductiva (SSR) se refiere a un estado general de bienestar físico, mental y social, y no a la mera ausencia de enfermedades o dolencias en todos los aspectos relacionados con la sexualidad y la reproducción, y entraña la posibilidad de ejercer los derechos sexuales y reproductivos (DSR). Un buen estado de SSR implica la capacidad de disfrutar de una vida sexual satisfactoria y sin riesgos, la posibilidad de ejercer el derecho a procrear o no, la libertad para decidir el número y espaciamiento de los hijos, el derecho a tener información que posibilite la toma de decisiones libres e informadas y sin sufrir discriminación, coerción ni violencia, el acceso y la posibilidad de elección de los métodos de regulación de la fecundidad seguros, eficaces, aceptables y asequibles, la eliminación de la violencia doméstica y sexual que afecta la integridad y la salud, así como el derecho a recibir servicios adecuados de atención a la salud que permitan embarazos y partos sin riesgos, y el acceso a los servicios y programas de calidad para la promoción, detección, prevención y atención de todos los eventos

relacionados con la sexualidad y la reproducción, independientemente del sexo, edad, etnia, clase, orientación sexual o estado civil de la persona, y teniendo en cuenta sus necesidades específicas de acuerdo con su ciclo vital.

La adolescencia es una etapa de cambio físico cuando la sexualidad y la reproducción van aumentando día a día de una forma rápida, el cambio de mentalidad, y la maduración de las hormonas se aceleran y hacen que la mentalidad del adolescente actúe de una manera diferente al ver las cosas, esta etapa hace que el adolescente realice actos, sin pensar cuáles serán las consecuencias.

Las relaciones sexuales de los adolescentes lo hacen, sin responsabilidad sin darse cuenta cuáles serán los resultados después, la falta de orientación hace que en las relaciones sexuales las realicen sin protección alguna, ya que pueden contraer alguna enfermedad venérea o hasta incluso que su pareja quede en estado de embarazo.

Por la edad que ambos tienen no saben la forma adecuada de actuar y hacen casos a los diferentes amigos de la misma edad que tienen en realizar abortos.

## **LA FAMILIA**

La familia es un grupo de personas unidas por vínculos de parentesco, ya sea consanguíneo, por matrimonio o adopción que viven juntos por un período indefinido de tiempo. Constituye la unidad básica de la sociedad.

En la actualidad, destaca la familia nuclear o conyugal, la cual está integrada por el padre, la madre y los hijos a diferencia de la familia extendida que incluye los abuelos, suegros, tíos, primos, etc.

En este núcleo familiar se satisfacen las necesidades más elementales de las personas, como comer, dormir, alimentarse, etc. Además se prodiga



amor, cariño, protección y se prepara a los hijos para la vida adulta, colaborando con su integración en la sociedad.

La unión familiar asegura a sus integrantes estabilidad emocional, social y económica. Es allí donde se aprende tempranamente a dialogar, a escuchar, a conocer y desarrollar sus derechos y deberes como persona humana.

### **La comunicación entre padres e hijos**

Todos los padres necesitan tener una buena comunicación con sus hijos. La comunicación favorece la relación, se obtiene un ambiente de unión, de respeto, de tolerancia y de cariño y confianza. Si es importante el diálogo en las relaciones interpersonales, lo es aún más la comunicación en la familia, ésta está guiada por los sentimientos, nos ayuda a establecer contacto con el otro, a dar o recibir información y así expresar aquello que queremos decir, ya sean ideas, sentimientos o sufrimientos. La comunicación ayuda a fortalecer el apego en la familia y entre sus miembros.

A los padres y a las madres les gusta tener con los hijos una comunicación fluida y positiva. Cuando esto no es así, cuando la relación se deteriora y se convierte en superficial, aparecen las dudas y la desconfianza, los problemas pasan por la mente de los padres y surge la angustia.

De igual modo hay momentos que los hijos no necesitan comunicar según qué aspectos de sus vidas a los padres y este hecho ha de ser respetado, en este momento los hermanos o los amigos cobran un papel importante. Aquí los padres tendrán que darles a los hijos su espacio y momento y estar presentes por si son necesarios en algún momento. Este hecho suele ser más frecuente en la adolescencia y los niños se vuelven más reservados que cuando son más pequeños. Es en este momento cuando

los padres tendrán que estar más alerta y observar las conductas de sus hijos por si necesitan de su ayuda y ellos no son capaces de comunicarlo.

Es importante que sepamos que, a veces, con el afán de ayudar a los hijos, los padres pueden convertirse en jueces, se critica o se censuran sus conductas con mucha rapidez y esto no favorecerá a la relación. Escuchar atentamente es el primer paso que permitirá conocer qué preocupa al niño y cuál es su estado emocional. Los niños aprenden desde el ejemplo, por eso es necesario que los padres comiencen desde muy pequeños a interiorizar en los niños pautas o normas de una buena comunicación. Cuando existe la comunicación en una familia, seguramente se puede afirmar que existe un compañerismo, una complicidad, y un ambiente de unión y afecto en la casa. Hay que ayudar a los hijos, es decir, que los padres introduzcan mecanismos que faciliten la comunicación, por ejemplo:

- ✓ Escuchar con atención e interés, que el niño sienta que está siendo atendido.
  
- ✓ Será positiva y el ambiente familiar será el adecuado para el buen desarrollo del niño.

### **CONSEJO PARA LOS PADRES SOBRE EDUCACION SEXUAL A LOS HIJOS.**

La manera de reaccionar ante una situación relacionada con la sexualidad, ya sea que se maneje directamente o se ignore, envía un mensaje que puede ayudar o hacer más difícil el desarrollo sexual de un niño o una niña.

Al considerar estas oportunidades como “oportunidades para enseñar”, en las que se transmiten mensajes positivos y valores sobre la sexualidad, los padres pueden cimentar las bases para que sus hijos sean

sexualmente sanos. Esto también ayuda a que sus hijos/as sepan que usted está dispuesto a hablar con ellos acerca de la sexualidad.

Nunca es demasiado tarde para hablar con sus hijos/as sobre sexualidad. Casi todas las personas, también los niños y niñas, coinciden que los padres deben ser los educadores principales de sus hijos/as respecto a la sexualidad.

Sin embargo, los datos muestran que la mayoría de los padres han omitido su responsabilidad. En su lugar, suelen ser los compañeros y los medios de comunicación las fuentes principales de información sobre sexualidad para los niños. Así pues, es importante tener en cuenta que:

1. La educación sexual debe hacerse desde la familia.
2. Hacemos educación sexual continuamente, aunque no seamos consciente de ello. Educamos a nuestros hijos a través de nuestros pudores, nuestras caricias, nuestros silencios u opiniones.
3. 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.
4. Hay que educar siempre desde lo positivo y no de lo negativo, fomentando la autoestima del niño/a.
5. Trate de encontrar “oportunidades para enseñar”. Utilice programas de televisión, libros, tareas escolares, etc.
6. No espere a que su hijo o hija le hagan preguntas a usted; muchos niños nunca preguntan. Usted necesita decidir lo que a usted le importa que él o ella sepan.

7. Hay que estar dispuestos para dialogar. El diálogo no puede ser impuesto; siempre debe existir respeto y aceptación.
8. Sea consciente de la pregunta que hay “detrás de la pregunta”. Por ejemplo, la pregunta implícita “¿soy normal?”, a menudo oculta otras acerca del desarrollo sexual, los pensamientos sexuales y los sentimientos sexuales. Dé seguridad a su hijo o hija siempre que pueda.
9. Escuche, escuche, escuche. Pregúntele que quiere él o ella saber y qué es lo que sabe.
10. Recuerde que es normal sentirse incómodo/a cuando trata estos temas con sus hijos.
11. No vea con ojos de adultos lo que hacen los niños y niñas. No hacer interpretaciones precipitadas.
12. Cualquier padre o madre está capacitado para educar en sexualidad a sus hijos. A veces es suficiente con saber qué recursos hay en el barrio, pueblo o ciudad adonde acompañarles o derivarles para que sean informados y/o atendidos.
13. Conviene dejarles claro que con nosotros se puede hablar de sexualidad y que estamos dispuestos a hacerlo, si es que ellos quieren.
14. Respetar el pudor, los secretos de nuestro hijo/a y sus silencios.

15. No hacer juicios de valores. Intentar comprenderlos para saber interpretar.

16. Háblele acerca de los placeres de la sexualidad.

17. Recuerde que le está diciendo a su hijo/a que a usted le importan su felicidad y bienestar.

18. Conozca lo que se enseña de sexualidad en las escuelas, comunidades religiosas y grupos juveniles.

Es muy importante fomentar desde los primeros años hábitos saludables y autoestima. Los expertos opinan que muchas de las situaciones que los chicos y chicas viven entre los 12 y 21 años están condicionadas por experiencias de la infancia.

Reforzar la capacidad que todo joven tiene para tomar decisiones y hacerles ver que nosotros estamos convencidos de que tiene esa capacidad. Cualquier momento es bueno para destacar que toda decisión debe ser personal y no vale la de “terceros” (padres, amigos, hermanos, tanto en este tema como en el de drogas, alcohol o cualquier otra decisión que se le presente en su vida cotidiana).

Depositar en ellos el grado de responsabilidad que corresponda a su edad y hacerles ver que algunas decisiones traen consecuencias y que, por tanto, debe existir un mínimo de reflexión a la hora de decidir.

## INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN

La educación sexual que haya recibido el adolescente, durante la infancia, tendrá una influencia decisiva en su posterior comportamiento en relación con el sexo.

El niño que paulatinamente haya descubierto los llamados “misterios de la vida” a través de sus padres, que haya visto y que haya, en fin, conectado con un ambiente familiar en que el sexo no era cuestión prohibida, dispondrá de un conocimiento de la realidad y de unos conceptos que le ayudarán al acceder a la pubertad.

El modo de concebir la sexualidad será muy distinto, pero lo contrario, en aquellos que nunca hayan tenido una información clara o que hayan desenvuelto en un ambiente familiar en que toda alusión al tema fuese equiparada al pecado, generalmente en estos casos han tenido que buscar la respuesta en otros niños, con la carga consiguiente de culpabilidad que siempre acompaña la transgresión de lo prohibido.

Hay también padres que no dan información porque creen que sus hijos no entienden ni se preocupan de tales cosas.

Consideran a los niños gente muy inocente, preocupada únicamente en jugar y ajena a la curiosidad por el propio cuerpo y el de los demás, estos niños tendrán que realizar grandes esfuerzos para ocultar su natural curiosidad, lo que acarreará inhibiciones en el aprendizaje general, puesto que la curiosidad y el aprendizaje van de la mano.<sup>10</sup>

Estos temas suelen poner a la mayoría de los educadores, sean padres o maestros, en estrecho contacto con sus propios problemas, inhibiciones y prejuicios, ya que van amenazando su seguridad y deben luchar tanto contra sus más arraigados sentimientos como contra su propia ignorancia.

---

<sup>10</sup> Libro océano pág. 100 sexualidad adolescente.

De no existir diálogo durante la infancia entre padres e hijos, difícilmente podrá haberlo en la pubertad.

Cuando el adolescente se disponga a vivir las relaciones amorosas, podrán aparecer una serie de temores como consecuencia de los celos y del rendimiento que haya experimentado en relación con la vida afectiva e íntima de sus progenitores. La pareja paterna se convierte así en un modelo para el adolescente, por esta razón y de acuerdo con la relación mantenida con sus progenitores, puede o no desear tener su propia pareja.

La educación, es muy importante que los adolescentes reciban en la etapa de la adolescencia ya que en esta etapa es muy dura porque existen varios cambios, en esta etapa es cuando en los colegios deben dar una materia de educación sexual y los maestros llegar a los estudiantes y así llegar de una manera constructiva.

Las adolescentes deben estar informados y orientados acerca de los diferentes métodos anticonceptivos que existen en nuestro país y así poder tener un alto grado de responsabilidad y no traer niños al mundo sin previa planificación.

## **LOS VALORES**

El valor, por tanto, es la convicción razonada y firme de que algo es bueno o malo y de que nos conviene más o menos. Los valores reflejan la personalidad de los individuos y son la expresión del tono moral, cultural, afectivo y social marcado por la familia, la escuela, las instituciones y la sociedad en que nos ha tocado vivir.

Los valores son aspectos concretos a los que les damos una importancia especial, de modo que pasan a orientar lo que hacemos. Por ejemplo, la

salud puede ser un valor dominante para una persona, mientras que otros pueden valorar el dinero por encima de otras cosas, el éxito, la inteligencia, la unión de la familia, etc.

Las personas definimos lo que está bien o mal en función de los valores que tenemos. En el mundo actual en que vivimos, la violencia, deshumanización, corrupción e injusticia hacen noticias a cada momento, creando un gran torbellino caótico de inseguridad material y espiritual, donde el mal parece avanzar sin que nadie lo detenga.

Los valores humanos que con energía creadora y llena de esperanza, deben en realidad fortalecer la familia y la sociedad , retomar la lucha para mantener el bien, la justicia, honestidad, libertad, sabiduría, prudencia y amor, principios que nos permiten ver el camino correcto, así formar ciudadanos que transmiten por el sendero del ejemplo de los valores.

Hoy en día los valores humanos hacen frente a una sociedad convulsionada por la violencia, la corrupción y la indiferencia, mal precedente para la juventud. Ante esta realidad, surge el imperativo hacia la familia, que consolide principios y lleguen a retomar valores plenamente identificados como la rectitud de personas dignas y nobles.

Los valores son enseñados desde la casa, en los colegios los refuerzan y son puestos en práctica en los diferentes lugares que se visite, la educación en los valores es de gran importancia porque es la mejor carta de presentación con la humildad y respeto llegan lejos.



## MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO

“Hablar de sexualidad humana es hablar de la esencia misma del ser humano”<sup>11</sup>

Maurice Merleau Ponty, 1975. Filósofo.

La historia de la sexualidad, a pesar de impregnar todos los aspectos de la vida física y psíquica del ser humano, no ha sido materia de estudio hasta mediados del siglo XIX. Además el acercamiento de los estudiosos y eruditos negaba todo concepto de placer sexual y fisiología, centrando el interés en lo puramente patológico.

Uno de los más importantes personajes que promovió un cambio, dejando a un lado la represión sexual de su tiempo fue Sigmund Freud (1856-1939), que atribuyó a la sexualidad un factor determinante en las conductas del hombre, de tal forma, que para Freud, la represión sexual podía desencadenar trastornos en la persona.

Entre los pioneros del estudio sobre la sexualidad encontramos a Alfred Kinsey (1894-1956) y sus colaboradores, juntos redactaron el informe Kinsey, basados en una investigación que se realizó entrevistando a más de 20.000 hombres y mujeres, con un sistema de completa confidencialidad, que respondían un cuestionario anónimo consiguiendo crear una base de datos que describían el comportamiento sexual en el ser humano, generando gran sorpresa (en 1948) al sacar a la luz comportamientos que hasta entonces habían permanecido en la más estricta intimidad y de los cuales no se hablaban ni en la comunidad científica ni en la sociedad.

Ayudó a desterrar mitos y evidenció que conductas que hasta entonces la mayoría consideraban marginales, o incluso inmorales, eran practicadas por un porcentaje considerable de la población, como fue el caso de la

---

<sup>11</sup> Maurice Merleau Ponty, 1975. Filósofo.

masturbación tanto femenina como masculina, la homosexualidad y bisexualidad o la temprana edad de iniciación sexual.

La sexualidad, se desarrolla y se manifiesta con diferentes expresiones maneras a lo largo de la vida, de tal forma que la sexualidad de un infante no será la misma que de un adolescente o un adulto; cada etapa conocimientos y experiencias específicos para su óptimo desarrollo.

Es un elemento básico de la personalidad; un modo propio de ser, de manifestarse, de comunicarse con los otros, de sentir, expresar y vivir el amor humano.

Pero lamentablemente se ve influido por una serie de desventajas, entre las que se encuentran la escasa información que se brinda entre otros los docentes y los medios de comunicación, consecuencia de este desconocimiento, el adolescente se toma en protagonista activo del acto sexual sin la debida prevención, convirtiéndose en padres jóvenes en la etapa de la adolescencia. Es una etapa crítica de la vida caracterizada por profundas transiciones en la conducta emocional, intelectual, sexual y social de los seres humanos. Su tarea principal es la consolidación de la propia identidad; esto es, el descubrir "quién soy yo". En ella la amistad llega a ser de vital importancia ya que el adolescente busca el aliento de afines, con quienes pueda compartir las experiencias vividas en el proceso de búsqueda de identidad.

La conducta sexual de los jóvenes se considera, precisamente, su conducta más riesgosa, en virtud de que se piensa que el impulso sexual no se controla eficazmente por la precaria situación emocional del adolescente. Así con el objeto de verse libre de las presiones familiares, de los amigos y de la sociedad en general, el adolescente se compromete en actividades sexuales aún antes de estar preparado para ellas; esto es, incluso antes de que haya recibido una educación sexual adecuada.

Los problemas que afecten la sexualidad como: riesgos de embarazos no planeados, maternidad y paternidad tempranas, matrimonios forzados, abortos, infecciones de transmisión sexual, VIH/SIDA y abuso sexual entre otros, son motivo de estudio y atención por los especialistas y las instituciones que trabajan en el diseño y prevención de Programas y servicios en salud sexual.

"La responsabilidad con la cual los miembros de una sociedad vivan su sexualidad será directamente proporcional a la responsabilidad con la cual la sociedad adulta se haga cargo de una buena educación sexual para la adolescencia"<sup>12</sup>.

La educación sexual y afectiva es un derecho de todo ser humano y es también un deber ineludible para la familia, el colegio y la sociedad en su conjunto. Los medios de comunicación masivos, preferentemente la radio y la televisión, por el tremendo potencial comunicacional que poseen, deben comenzar a abordar esta responsabilidad de educar a la población. Las personas, mujeres y hombres de todas las edades, sin importar su nivel educacional, cultural y económico deben tener la oportunidad de recibir información y educación sexual, que involucre aspectos fisiológicos, psicológicos, éticos, morales, sociales, culturales, que les permita desarrollar esta importante dimensión, tan humana y natural.

La sociedad actual conceda, que tanta importancia a los indicadores económicos, a los éxitos académicos y laborales, debe comenzar a reconocer la trascendencia y el valor que implica la sexualidad en las relaciones humanas y en la calidad de vida de las personas.

---

<sup>12</sup> Libro ayúdame a crecer pág. 100 editoriales Everest.

## MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

**Comunicación:** es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

**Valores,** actitudes y conductas están estrechamente relacionados. Cuando se habla de actitud se refiere a la disposición de actuar en cualquier momento, de acuerdo con creencias, sentimientos y valores.

**Sexualidad** comprende, además de los aspectos biológicos del rol sexual que determina la identidad, todas las manifestaciones del estímulo sexual y las normas sociales, religiosas y jurídicas que las regulan o castigan.

La sexualidad humana comprende un conjunto de fenómenos psico sociológicos de gran importancia para la persona y para la sociedad. Se halla además, vinculada a la afectividad y a los valores, ampliando su esfera más allá de la función reproductora y de la mera genitalidad y quedando englobada en el ámbito más amplio del erotismo.

**La educación sexual** trata de impartir una información progresiva y adecuada de lo que es la sexualidad humana para su formación, tanto en lo biológico como en lo afectivo-social. Debe perseguir la realización de

una sexualidad plena y madura que permita al individuo una comunicación equilibrada con el otro sexo, dentro de un contexto de afectividad y responsabilidad.

**Embarazo precoz:** La OMS define "la adolescencia es la etapa que transcurre entre los 10 y 19 años, considerándose dos fases, la adolescencia temprana 10 a 14 años y la adolescencia tardía 15 a 19 años

Paralelamente con este tenemos también la juventud que comprende el período entre 15 y 24 años de edad, es una categoría psicológica que coincide con la etapa post-puberal de la adolescencia, ligada a los procesos de interacción social, de definición de identidad y a la toma de responsabilidad, es por ello que la condición de juventud no es uniforme, varía de acuerdo al grupo social que se considere.

**Adolescencia:** La adolescencia es una etapa muy importante en la vida ,en la que se producen cambios corporales y se caracteriza por profundas transformaciones biológicas ,psicológicas y sociales ,conjuntamente con estos cambios y transformaciones el adolescente se encuentra expuesto a riesgos ,están los denominados factores de riesgo ,así como los factores protectores , es importante su conocimiento ,tanto por la familia, ,la escuela y la sociedad para mejorar la atención integral del adolescente.

**Estrategias:** Una estrategia es una serie de acciones que determinamos para lograr un objetivo, por lo tanto, se puede decir que una estrategia de comunicación es un conjunto de acciones de comunicación

**Planificación familiar:** es el conjunto de prácticas que pueden ser utilizadas por una mujer, un hombre o una pareja de potenciales progenitores- orientadas básicamente al control de la reproducción que puede derivarse de las relaciones sexuales. Este control o planificación

puede tener como objetivo engendrar o no descendientes y, en su caso, decidir sobre el número de hijos, el momento y las circunstancias sociales, económicas y personales- en las que se desea tenerlos.

**Orientación sexual:** Conjunto de respuestas relacionadas con la información sexual.

**Sexo:** Son determinados ya en el momento mismo de la concepción, se es hombre o mujer. Se trata de una definición biológica.

**La reproducción:** es un proceso biológico que permite la creación de nuevos organismos, siendo una característica común de todas las formas de vida conocidas. Las dos modalidades básicas de reproducción se agrupan en dos tipos, que reciben los nombres de asexual o vegetativa y de sexual o generativa.

**Orientación:** Orientar es, fundamentalmente, guiar, conducir, indicar de manera procesual para ayudar a las personas a conocerse a sí mismo y al mundo que los rodea; es auxiliar a un individuo a clarificar la esencia de su vida, a comprender que él es una unidad con significado capaz de y con derecho a usar de su libertad, de su dignidad personal dentro de un clima de igualdad de oportunidades y actuando en calidad de ciudadano responsable tanto en su actividad laboral como en su tiempo libre.

**Familia:** La familia es un grupo de personas unidas por vínculos de parentesco, ya sea consanguíneo, por matrimonio o adopción que viven juntos por un período indefinido de tiempo. Constituye la unidad básica de la sociedad.

## MARCO LEGAL

### CODIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA

En esta investigación se presenta términos constitucionales, los artículos expuestos del código de la niñez y adolescencia son los más relevantes que garantizan la legalidad de este trabajo.

**Art. 27.-** Derecho a la salud.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a disfrutar del más alto nivel de salud física, mental, psicológica y sexual.

El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende:

2. Acceso permanente e ininterrumpido a los servicios de salud públicos, para la prevención, tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud. Los servicios de salud públicos son gratuitos para los niños, niñas y adolescentes que los necesiten;

5. Información sobre su estado de salud, de acuerdo al nivel evolutivo del niño, niña o adolescente;

6. El vivir y desarrollarse en un ambiente estable y afectivo que les permitan un adecuado desarrollo emocional.

**Art.45.-** Derecho a la Información.- los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios de comunicación, con limitaciones establecidas en la ley.<sup>13</sup>

Estos artículos ayudarán a los adolescentes a prevalecer sus derechos y obligaciones.

---

<sup>13</sup> Código de la niñez y adolescencia pág. 32

## CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Constitución del Ecuador aprobado mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008.

### **Sección tercera**

Comunicación e información

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

**Art. 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:



1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

**Art. 18.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

## **Sección séptima – Salud**

**Art. 32.-** La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

## **Sección quinta - Niñas, niños y adolescentes**

**Art. 44.-** El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas.

Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo Integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

**Art. 45.-** Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción.

Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar.

El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de los consejos estudiantiles y demás formas asociativas.

**Art. 46.-** El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

1. Atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.
2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. Se prohíbe el trabajo de menores de quince años, y se implementarán políticas de erradicación progresiva del trabajo infantil. El trabajo de las adolescentes y los adolescentes será excepcional, y no podrá conculcar su derecho a la educación ni realizarse en situaciones nocivas o peligrosas para su salud o su

desarrollo personal. Se respetará, reconocerá y respaldará su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo integral.

3. Atención preferente para la plena integración social de quienes tengan discapacidad. El Estado garantizará su incorporación en el sistema de educación regular y en la sociedad.
4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.
5. Prevención contra el uso de estupefacientes o psicotrópicos y el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias nocivas para su salud y desarrollo.
6. Atención prioritaria en caso de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias.
7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.
8. Protección y asistencia especiales cuando la progenitura o el progenitor, o ambos, se encuentran privados de su libertad.
9. Protección, cuidado y asistencia especial cuando sufran enfermedades crónicas o degenerativas.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación, fue analizado desde el punto de vista cuali - cuantitativo es factible en razón del problema y objetivos. Por lo tanto, para la comprensión y descripción de los hechos se utilizó técnicas cualitativas orientándolos básicamente a los procesos, y al conocimiento de la realidad dinámica y holística.

#### **Por el lugar**

Este trabajo se apoya en una investigación de **campo** de carácter no experimental, descriptivo por cuanto no se hace otra cosa que observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, en un tiempo único, para después analizarlos sin manipular deliberadamente las variables.

Este diseño tiene como objetivo determinar estrategias de comunicación mediante la selección para el mejoramiento en la orientación sexual y reproductiva en los adolescentes manifestada en las variables.

#### **Por el diseño**

Se utilizó el **diseño transversal** que tiene como objetivo trabajar con las respectivas encuestas para obtener un trabajo puntual en el tiempo determinado.

#### **Los métodos**

En el trabajo de investigación se utilizó el **método inductivo**, el mismo que permitió extraer, a partir de determinadas observaciones causas que

determinan el efecto motivo del estudio mediante el proceso analítico, sintético llegando a conclusiones.

El segundo método utilizado en la investigación es el **método histórico lógico** donde los acontecimientos pasados en relación a un determinado tiempo, recogiendo datos veraces, criticándolos y sintetizándolos.

**El Método analítico** es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

### **Tipo de investigación**

Por **propósito: La investigación es** aplicada encaminar la resolución un problema práctico, aplicado a lo social de comunicación, en la población ya identificada que es la parroquia Ancón.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **LA POBLACIÓN**

La investigación se realizó en la parroquia Ancón de la provincia de Santa Elena, el mismo que cuenta con 3.177 habitantes de acuerdo al último censo realizado por el instituto nacional de censo y estadísticas.

### **LA MUESTRA**

El tamaño de la muestra que se van a calcular a fin de establecer la cantidad de adolescentes con la que vamos a trabajar.

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

e = error máximo admisible 0.05%

Y trabajaremos con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{3177}{(0,05)^2 (3177-1)+1}$$

$$n = \frac{3177}{(0,0025)(3176)+1}$$

$$n = \frac{3177}{7.94+1}$$

$$n = \frac{3177}{8.94}$$

$$n = 355$$

El número total de encuesta a realizar es de 355.

## INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos que se utilizarán serán:

### **Encuesta**

Técnicas que se basan a través de preguntas que nos sirven para recabar información.

Para efecto de la escala se considera tomar muestra que contemplan el 95% de probabilidad y confianza con un margen de error del 5%, la encuesta consta con 10 preguntas en la escala de tres categorías por ejemplo:

- 1.- si
- 2.-no
- 3.- en parte

Las preguntas serán realizadas para analizar el grado de conocimiento que tienen los adolescentes de la parroquia Ancón.

### **Entrevista:**

Es un reporte verbal de una persona con el fin de obtener información y ampliar la investigación.

### **Observación:**

Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

## PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación realizada comenzó primero con una observación en el lugar del problema, donde después de realizar un sondeo de opinión a determinados habitantes del sector se llega a una conclusión que ya ahí existía un problema.



Se observó una deficiente orientación sexual y reproductiva en los adolescentes de parroquia Ancón y se identificó, que estaba repercutiendo en los adolescentes de este sector por la falta de conocimiento del tema de la sexualidad.

Para ello se realizará diferentes visitas al sector y teniendo conversaciones directas con personas encontrando varias causas que tenían que ver con el problema, que es la falta de comunicación de padres a hijos, la falta de estrategias en la comunicación en la enseñanza de la orientación sexual, curiosidad en experimentar sus instintos sexuales, embarazo precoz y los diferentes maltratos físicos y psicológicos dentro del hogar, llevan a la necesidad de actuar de una manera rápida como una puerta escapatoria, pero al tiempo, que se dan cuenta es demasiado tarde.

Planteamiento y formulación del problema ¿Qué efecto tiene el uso de estrategias de comunicación en la deficiente orientación sexual y reproductiva y su repercusión en los adolescentes de la Parroquia Ancón 2010?, delimitando el tiempo y espacio donde se realizaría esta investigación, y elaborando la respectiva justificación y los diferentes objetivos como parte de este trabajo de investigación.

Para obtener mejores resultados se realizara el marco teórico escogiendo informacion seleccionada de diferentes artículos, revistas, libros y de internet que permitirán obtener de una manera clara las diferentes acciones que se podrían proponer como solución.

La metodología utilizada para este trabajo es el método inductivo con el cual se comprueba el proceso analítico-sintético, que permitió establecer parte de la causa para poder llegar a un principio, realizando la identificación de la población y obteniendo las muestra, se aplicó la fórmula que contribuya a determinar el tamaño de la muestra con la que

se va trabajar y realizar las respectivas encuestas para el correspondiente análisis y la interpretación de los resultados reflejando en cuadros estadísticos.

Realizando esta investigación se llega a la conclusión que se debe elaborar una propuesta para dar solución a este problema, se concretó un plan de acciones para realizar las diferentes estrategias de comunicación en temas de orientación sexual y reproductiva y poder llegar de una manera directa y eficaz a los adolescentes de Ancón.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS**

En la parroquia Ancón los adolescentes de temprana edad se están convirtiendo en padres, dejando la adolescencia y pasan abruptamente a la etapa de la madurez; observando las jovencitas de 16 a 18 años salen embarazadas, por lo cual surgió la preocupación cómo realizar algo por la localidad de residencia personal.

Después de las conversaciones sostenidas con distintas personas realizando un seguimiento del tema que las adolescentes salen embarazadas, algunas respondían que “por experimentar “sin medir las consecuencias y en los colegios no les imparten a fondo la materia de educación sexual.

Para determinar el grado del problema esta localidad y llegar a la conclusión de ofrecer una solución a este gran problema que es la falta de conocimientos en la vida sexual y reproductiva de los adolescentes. La falta de capacitación en la orientación sexual ha llevado a que los adolescentes tomen decisiones en sus vidas equivocadas o apresuradas, consecuentemente se convierten en padres de familia a muy temprana edad y la responsabilidad posterior.

La realización de un plan de acciones para esta parroquia sería de gran ayuda para toda la localidad general para un mejor conocimiento en los diferentes temas de sexualidad y utilizar las diferentes estrategias de comunicación para que puedan captar y así tener conciencia y no llegar a un embarazo precoz o hasta un aborto, sino traer al mundo niños con previo control de natalidad.

## PRESENTACIÓN DE DATOS EN GRÁFICOS ESTADÍSTICOS

### 1.- ¿Sabe usted lo que es información?

SI = 49

NO=306

NO SABE=0

TABLA N°1

1.- ¿Sabe usted lo que es información?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	49	18%
NO	306	82%
NO SABE	0	0
TOTAL	355	100%

GRÁFICO N° 1



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre – Diciembre 2011

Los adolescentes de la parroquia Ancón necesitan identificar lo que es información, porque así expresa el 82% de las encuestas realizadas de su desconocimiento y el 18 % refleja que si conocen lo que es información.

**2.- ¿Considera usted que una persona informada puede cambiar de actitud?**

SI = 275

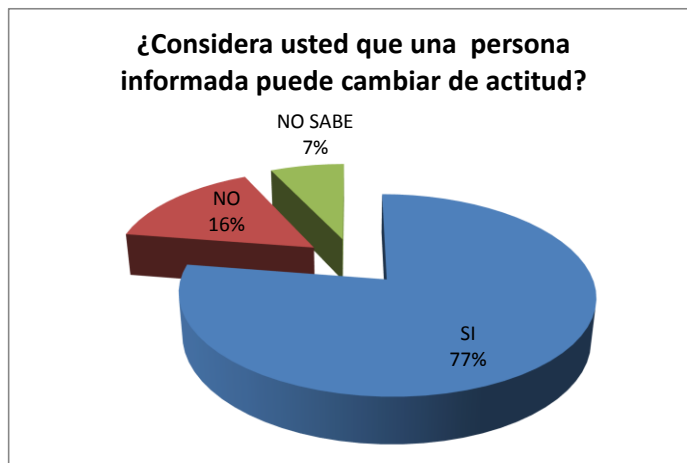
NO=55

NO SABE=25

**TABLA N°2**

<b>2.- ¿Considera usted que una persona informada puede cambiar de actitud?</b>		
	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
<b>SI</b>	275	77%
<b>NO</b>	55	16%
<b>EN PARTE</b>	25	7%
<b>TOTAL</b>	355	100%

**GRÁFICO N°2**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre 2011

Existe el 77% donde considera que la persona informada puede cambiar de actitud, en cambio el 16 % de las encuestas realizadas reflejan que no, y el 7% considera que no sabe.

### 3.- ¿Ha recibido información sobre la familia y la importancia en la sociedad?

SI=85

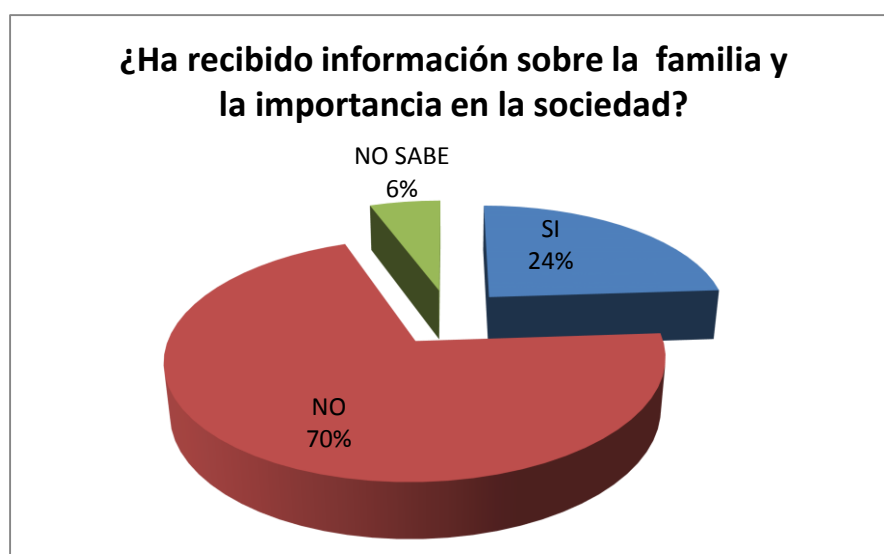
NO= 250

NO SABE=20

**TABLA N°3**

3.- ¿Ha recibido información sobre la familia y la importancia en la sociedad?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	85	24%
NO	250	70%
EN PARTE	20	6%
TOTAL	355	100%

**GRÁFICO N°3**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre 2011

En la tercera pregunta nos reflejan que un 24% de las encuestas realizadas dan como resultado que si ha recibido información sobre la familia y la importancia en la sociedad, en cambio el 70 % respondió que no ha recibido informacion sobre la familia, en cambio el 6% no sabe.

#### 4.- ¿Consideras importante la comunicación?

SI=232

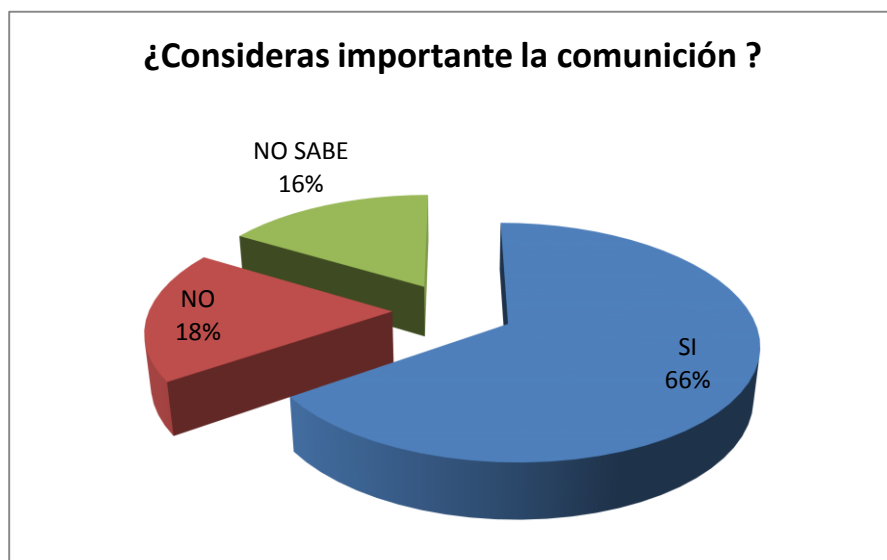
NO= 65

NO SABE=58

TABLA N°4

4.- ¿Consideras importante la comunicación?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	232	66%
NO	65	18%
EN PARTE	58	16 %
TOTAL	355	100%

GRÁFICO N°4



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre2011

Existe un gran porcentaje que está completamente que considera el 66% considera importante la comunicación, en cambio el 18% considera que no es de gran importancia la comunicación entre los adolescentes, y el 16% no sabe.

**5.- ¿Has recibido charlas sobre la importancia que tiene la familia en la sociedad?**

SI = 75

NO= 180

NO SABE =100

**TABLA N°5**

<b>5.- ¿Has recibido charlas sobre la importancia que tiene la familia en la sociedad?</b>		
	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
<b>SI</b>	75	21%
<b>NO</b>	180	51%
<b>NO SABE</b>	100	28%
<b>TOTAL</b>	355	100%

**GRÁFICO N°5**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre- Diciembre 2011

En las encuestas realizadas a los adolescentes de la parroquia ancón donde expresan los resultados obtenidos que el 51% no han recibido charlas sobre la importancia que tiene la familia en la sociedad, en cambio el 21% respondieron que si, y el 28% no sabe.



6.- ¿Cree usted que la inter acción es importante para el desarrollo para la sociedad?

SI=185

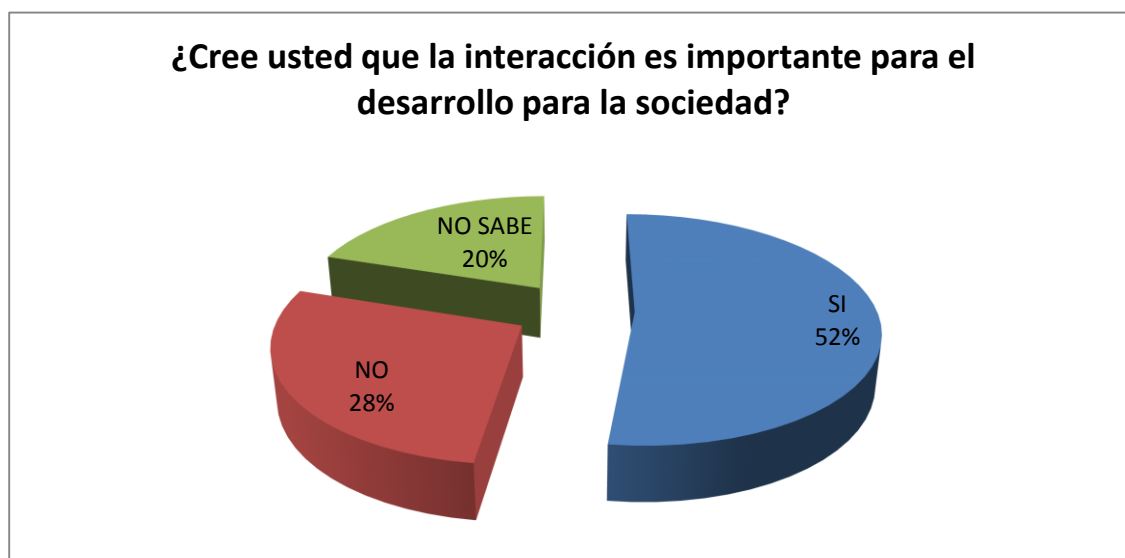
NO=99

NO SABE=71

**TABLA N°6**

6.- ¿Cree usted que la inter acción es importante para el desarrollo para la sociedad?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	185	52%
NO	99	28%
EN PARTE	71	20%
TOTAL	355	100%

**GRÁFICO N°6**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre 2011

La importancia que tiene la interacción para el desarrollo de la sociedad el 52% de los encuestados nos respondieron que si, en cambio el 28% dijeron que no, y el 20% no sabe.

## 7.- ¿Cree usted que la sexualidad en los adolescentes es acelerada?

SI =270

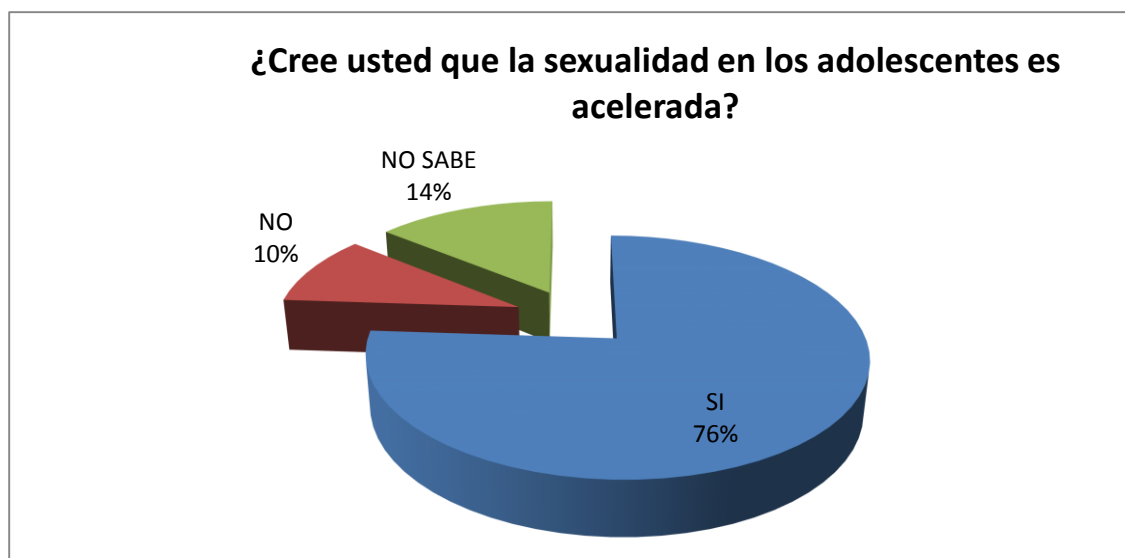
NO=35

NO SABE=50

**CUADRO N°7**

7.- ¿Cree usted que la sexualidad en los adolescentes es acelerada?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	270	76%
NO	35	10%
NO SABE	50	14%
TOTAL	355	100%

**GRÁFICO N°7**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre2011

Existe un gran porcentaje que la está completamente convencida que la sexualidad en los adolescentes es acelerada ya que el 76% de las encuestas dicen que sí, caso contrario dice que no un 10% de los encuestados, y el 14% no sabe.

**8.- ¿Cree usted que en la etapa de la adolescencia existe cambio de comportamiento?**

SI= 325

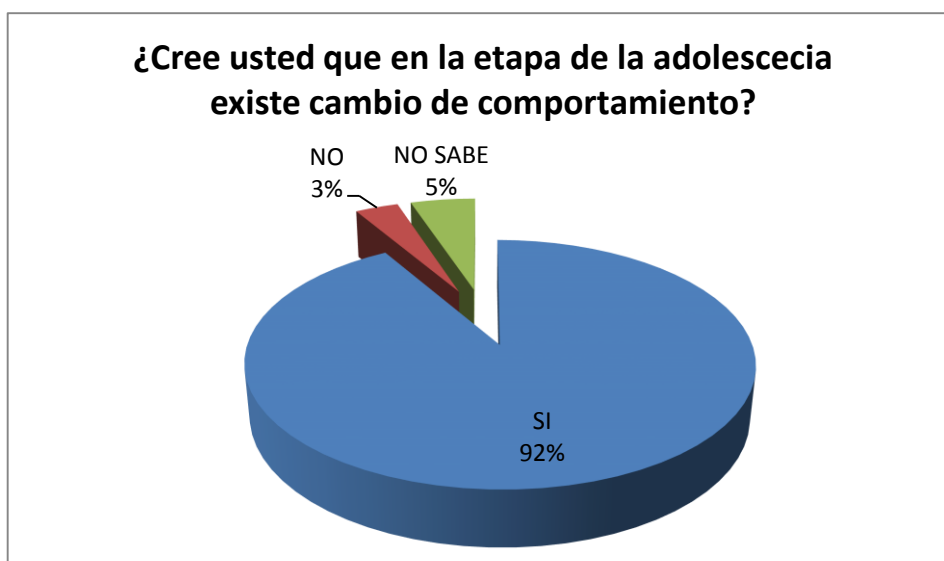
NO=12

NO SABE=18

**TABLA N°8**

<b>8.- ¿Cree usted que en la etapa de la adolescencia existe cambio de comportamiento?</b>		
	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
<b>SI</b>	325	92%
<b>NO</b>	12	3%
<b>NO SABE</b>	18	5%
<b>TOTAL</b>	355	100%

**GRÁFICO N°8**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre- Diciembre 2011

En la pregunta 8, el 92% de los encuestados está de acuerdo y asegura que en la etapa de la adolescencia existe cambio de comportamiento por lo contrario que el 3% dice que no y 5% no sabe.

## 9.- ¿Ha recibido charlas referentes a la sexualidad?

SI=57

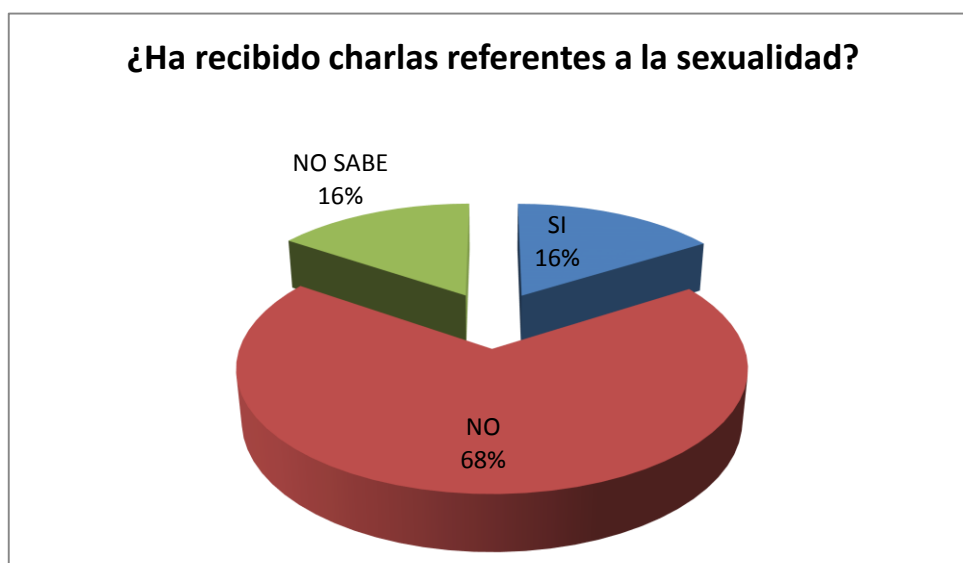
NO=243

NO SABE=55

**TABLA N°9**

9.- ¿Ha recibido charlas referentes a la sexualidad?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	57	16%
NO	243	68%
NO SABE	55	16%
TOTAL	355	100%

**GRÁFICO N°9**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre 2011

En las encuestas realizadas a los adolescentes de la parroquia ancón, donde el 68% respondió que no ha recibido charlas referentes a la sexualidad en cambio el 16% dio como resultado que si y el 16% no sabe.

### 10.- ¿Conoce usted información sobre enfermedades de transmisión sexual?

SI=66

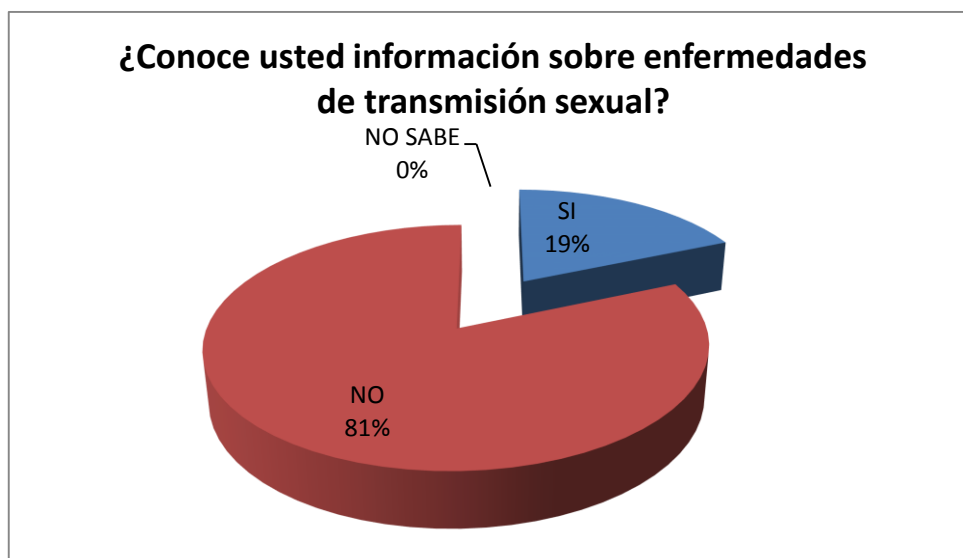
NO=289

NO SABE=0

**TABLA N°10**

10.- ¿conoce usted informacion sobre enfermedades de transmisión sexual?		
	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	66	19%
NO	289	81%
NO SABE	0	0%
TOTAL	355	100%

**GRÁFICO N°10**



**Fuente:** Adolescentes de la parroquia Ancón

**Autor:** Ángel Hidalgo Orrala

**Fecha:** Octubre-Diciembre 2011

En las encuestas realizadas existe un gran porcentaje que desconocen sobre las diferentes enfermedades de transmisión sexual como es el 81%, en cambio el 19% si conoce.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES:**

Los datos obtenidos en las encuestas realizadas, y en el análisis correspondiente a los diferentes cuadros estadísticos realizados con las encuestas se llega a la conclusión que los habitantes de la parroquia Ancón específicamente los adolescentes, necesitan recibir capacitaciones y talleres en temas de orientación sexual y reproductiva, con la que se utiliza de las diferentes estrategias de comunicación y poder llegar a este grupo de una manera directa.

Los diferentes talleres que se realizarán, serán dirigidos a los adolescentes de la parroquia Ancón, con quienes se utilizará medios de comunicación como la radio, televisión, trípticos, afiches, para que la publicidad sea de una manera visible y llega a una comunidad en general, cumpliendo con la campaña de orientación.

Con este estudio realizado, se ha podido observar las falencias de ciertos temas que son de gran importancia para los adolescentes de este sector, donde se puede dar la solución a este problema, orientándolos mediante capacitaciones, y concientizarlos en relación a diferentes problemas que se observan en la vida cotidiana.

Con esta plan de capacitaciones se podrá ayudar a toda la ciudadanía porque evitará que gran número de adolescentes se conviertan en padres a temprana edad o que las jóvenes tengan embarazo precoz, y así poder tener una sexualidad libre pero con responsabilidad.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ancón en conjunto con la Municipalidad del Cantón Santa Elena, encaminen este tipo de capacitaciones que deben ser constantes y apoyar en estos procesos de orientar, capacitar y concientizar, para promover los valores, y políticas para que los adolescentes tengan una comunicación fluida, y poder llegar a que ellos actúen de una manera responsable y con un criterio formado.

Exponer diferentes inquietudes que tengan pueda realizar las preguntas que tengan y asimilar de una forma razonable, poder orientar e informar a sus compañeros y amigos.

En los diferentes talleres participativos habrá psicólogos para que tengan un diálogo y poder trabajar con los diferentes caso que existieran con algunos de los adolescentes.

Los diferentes talleres de capacitaciones se está contribuyendo con la educación de una manera, comunicativa y participativa, para que los adolescentes estén atentos y puedan captar los temas con que se estará orientando, la educación sexual y reproductiva.

Con los diferentes capacitadores que darán los talleres serán personas especializadas en las diferentes actividades a realizarse y que logran hacer que cada hijo tenga su personalidad y tome con responsabilidad su sexualidad y fortalezcan su voluntad para no incurrir en embarazos no deseados y de esta forma favorecer a la familia para que tenga un ambiente de comunicación y afecto para que dentro del contexto familiar sobresalga el respeto, el amor y la responsabilidad.

## **CAPÍTULO IV**

### **LA PROPUESTA**

#### **PLAN DE ACCIONES DE ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA ORIENTACIÓN SEXUAL DE ADOLESCENTES BASADA EN VALORES.**

#### **JUSTIFICACIÓN**

La propuesta es un diseño de estrategias de comunicación y actividades fundamentadas en el conductismo que permitirá, orientar a los adolescentes de forma clara, dinámica y objetiva en materia de sexualidad con la visión de un individuo maduro, libre y asertivo.

Así mismo, la aplicación de dichas estrategias en comunicación facilitará la sensibilización, y el consecuente cambio de conducta sustentado en valores.

Además de ser un instrumento para el cambio de conducta en los adolescentes para desarrollar y fortalecer los principios, propósitos y acciones que promuevan conocimientos, actitudes, comportamientos y valores personales y que solo puede alcanzar si está capacitado.

La orientación en sexualidad debe ser asumida por los adolescentes que tengan una personalidad estructurada, madura y responsable; equilibrio e integración de su propia sexualidad; claridad en sus valores y actitudes sexuales y conocimientos adecuados sobre sexualidad humana, con características de liderazgo, creatividad, iniciativa, sociabilidad, flexibilidad, auto aceptación y bienestar personal.



Así mismo, se encargará de crear los espacios necesarios para facilitar los procesos de autoestima, autonomía, convivencia y salud de los adolescentes.

La elaboración de esta propuesta facilita el alcance de tales propósitos donde tendrán a su disposición una serie de actividades que faciliten primero la comunicación y luego la formación de valores cuando deban confrontar cuestionamientos como adolescentes en materia de orientación sexual y reproductiva.

En cuanto al adolescente, la propuesta de Orientación Sexual y Reproductiva le facilitará el acceso directo a tres elementos necesarios para el desarrollo integral de la persona:

1. Información objetiva y clara, libre de prejuicios y tabúes sobre sexualidad.
2. Actividades vivenciales que los sensibilizará positivamente hacia comportamientos maduros basados en valores.
3. La posibilidad real de un cambio en la conducta reflejado en auténticos proyectos de vida.

## DIAGNÓSTICO

Revisando los resultados de las encuestas y los gráficos estadísticos se establece que los adolescentes de la parroquia ancón tienen una carencia en conocimientos en orientación sexual y reproductiva, surge la necesidad de realizar un plan de acciones a través de talleres utilizando una estrategia la como es comunicación interna podremos llegar ellos de una manera directa, clara para un mejor entendimiento.

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

La aplicación de la presente propuesta es factible desde el punto de vista, legal, Educativa, pedagógico, psicológico.

**Desde el punto de vista legal constitucional :** La orientación sexual conductual permitirá a docentes, representantes y adolescentes hacer un manejo adecuado de sus acciones, disminuyendo los riesgos que pudieran transgredir las normas y por otro lado la propuesta permite cumplir con algunas leyes que dictan pautas en materia de educación sexual.

**Desde el punto de vista educativo:** La propuesta permite la integración educativa, pues se involucra desde el momento en que se concibe idea conformado por medio de la familia. Por otro lado es factible en su dimensión intra institucional ya que involucra la dirección, las coordinaciones y docentes de aula que apoyan su aplicación.

**Desde el punto de vista pedagógico:** La propuesta facilita información y permite la aplicación de estrategias de comunicación en la orientación sexual pues estimulan la comunicación y la afectividad.

**Desde el punto de vista psicológico:** La propuesta permitirá que los valores favorezcan la educación sexual en el adolescente promoviendo cambios positivos en su conducta. Por otro lado el facilitador puede detectar situaciones que requieren de la intervención del orientador o el psicopedagogo.

## **OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **Objetivo General**

- ✓ Aplicar un plan de acciones y Estrategias comunicativas sobre la Orientación Sexual Reproductiva basada en Valores mediante talleres dirigidos a los adolescentes de la parroquia Ancón.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Diseñar actividades que fomenten la apertura y la interrelación entre adolescentes en materia de sexualidad y valores humanos.
- ✓ Promover las actividades comunicativas diseñadas para la Orientación Sexual y reproductiva en los adolescentes de la parroquia Ancón.
- ✓ Revalorizar la afectividad como componente esencial de la sexualidad.
- ✓ Propiciar la comunicación asertiva entre adolescentes y favorecer la formación de conductas sanas en materia de orientación sexual y reproductiva.

## **FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA**

La investigación es factible de llevarse a cabo por cuanto está fundamentada en un diagnóstico, está apoyada en una amplia y selecta consulta bibliográfica, en opiniones de personas con experiencia en la orientación sexual y reproductiva y el modo de utilizar las estrategias en comunicación y porque se plantea un problema que amerita una solución.

### **Factibilidad económica**

Los recursos económicos que se estiman necesarios para el desarrollo de la investigación, deben ser financiados por algún gobierno autónomo o alguna organización que desee poder realizar esta propuesta.,

### **Factibilidad Legal**

Esta propuesta está sustentada en el Código de la niñez y adolescencia, Artículo 27 se refiere a los derechos de la salud y el artículo Art.45 Derecho a la Información.

## **CODIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA**

**Art. 27.-** Derecho a la salud.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a disfrutar del más alto nivel de salud física, mental, psicológica y sexual.

**Art.45.-** Derecho a la Información.- los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios de comunicación, con limitaciones establecidas en la ley.

El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende:

Los adolescentes deben tener acceso a la información sobre temas de orientación sexual, para que contengan conocimientos y poder informar los conocimientos adquiridos a los demás adolescentes, poder tener una

comunicación directa y con un pensamiento maduro y positivo en la realización como seres humanos, que permita un adecuado desarrollo afectivo dentro de una sociedad, donde los protagonistas son los adolescentes.

### **Factibilidad técnica**

Desde el enfoque técnico, la investigación es viable por cuanto se cuenta con el apoyo de tutores, asesores a quienes se pide criterios sobre problemas específicos que demanden decisiones de grupo para resolver un problema.

### **Factibilidad de Recursos Humanos**

La disponibilidad de recursos humanos, y materiales es un aspecto determinante para la ejecución exitosa del proceso en las capacitaciones en la realización de los talleres.

La investigación, por ejemplo, es una actividad muy costosa y son las instituciones con recursos las que pueden llevarla a efecto.

### **Factibilidad Políticas**

La propuesta se diseña en forma flexible en todas sus fases tomando en cuenta los intereses y necesidades así como las experiencias y vivencias de los adolescentes.

### **Estas son algunas de las políticas factibles.**

- Utilizar un plan interactivo que desarrollará los contenidos planificados con grupos no muy numerosos para facilitar el alcance de los objetivos.
- La propuesta desde una dimensión pro-social buscará desarrollar a lo largo de un tiempo preestablecido el estudio de valores y anti-valores del ser humano con la finalidad de reconocerlos e internalizarlos.

- La ejecución de la propuesta así como los ejercicios presente en las actividades permitirán la socialización y el enriquecimiento personal.
- Se empleará además un lenguaje sencillo y situaciones que permitan al adolescente identificarse con facilidad.
- La metodología de los talleres será agradable, dinámica y variada.

**RECURSOS NECESARIOS (HUMANOS, TÉCNICOS, TECNOLÓGICOS  
Y MATERIALES)**

DESCRIPCIÓN DEL RECURSO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO ESTIMADO	FINANCIAMIENTO	
			CAPITAL PROPIO	APORTE BENEFICIARIO
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
PSICOLOGO	1			
COMUNICADOR SOCIAL	1			
ASISTENTE	1			
PROFESIONALES MÉDICOS	2			
<b>RECURSOS MATERIALES</b>				
ALIMENTACIÓN	4	\$ 400		
TRANSPORTE	4	\$ 400		
MARCADORES	10	\$ 8		
HOJAS DE ENCUESTA	300	\$ 60		
PLUMAS	10	\$ 3		
COPIAS				
HOJAS REMAX/PAQUETES	2	\$ 10		
<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS</b>				
COMPUTADORA LAPTOPS	1	800		
INFOCUS	1	800		
IMPRESORA	1	100		
MODEN DE INTERNET	1	350		
PEN DRIVERS 3 1GB/C/U	3	\$ 30		
<b>RECURSOS TÉCNICOS</b>				
PLANIFICACIÓN/PROYECTO	1	\$ 50		
TRAMITES		\$ 100		
PROPAGANDA		\$ 1.500		
<b>TOTAL</b>		<b>5.754</b>	<b>USD</b>	<b>USD</b>

**POR: ANGEL HIDALGO O.**

## **DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

Para la elaboración de la propuesta es necesario la adopción de un modelo de un plan de acciones en estrategias en comunicación en la orientación sexual y reproductiva, entendido este como el de visión integral de la acción de todos los elementos del proceso y sus fases de aplicación que funcionan como un esquema teórico de las concepciones educativas, previamente adaptadas al sistema educativo nacional.

Las estrategias realizadas serán por medio de cápsulas informativas, talleres, afiches, televisión y trípticos.

Las estrategias se basan en planificar actividades según el modelo integrado de Leyton (1984) que plantea Castro (1991) y que propone un conjunto de actividades que deben ser ejecutadas y que se formalizan a través del proceso enseñanza-aprendizaje, en un hecho educativo sistemático en el cual intervienen: al adolescente, el conocimiento, los problemas por resolver, las destrezas, los sistemas de valores, los planes, los programas, todo en interacción con el contexto social.

Ejemplos de las actividades a realizarse.



**ESTRATEGIAS DE LA PROPUESTA**  
**TALLERES A REALIZARCE**

Nº	TEMAS	CONTENIDO	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO
1	Autoestima	Definición, elementos, técnicas y principios principios fortalecedores	Me gusta como soy	Proporcionar momentos de reflexión e internalización que permitan identificar elementos de valoración personal para obtener una firme autoestima y valoración de su sexualidad
2	Características biopsicosociales del adolescente	Pubertad, adolescencia cambios físicos psicológicos y Sociales.	Yo soy rebelde	Reconocer los distintos cambios de la adolescencia y su Relación con la sexualidad
3	Anatomía y fisiología humana.	Aparato reproductor masculino y femenino  menstruación, Ovulación respuesta sexual Masculina y femenina	Mi cuerpo y yo	Reforzar el conocimiento sobre anatomía y fisiología de la reproducción humana asociada a la salud sexual.
4	Los valores	Libertad, responsabilidad, Dignidad.	Vivamos nuestros valores	Facilitar procesos Vivenciales que permitan al alumno reconocer los valores humanos y aplicarlos a su sexualidad
5	La Comunicación.	Definición, tipos , barreras, elementos que la favorecen  medios de Comunicación	Un grito desesperado.	Distinguir los diferentes tipos de comunicación y como influyen en las relaciones Interpersonales.

Por: Ángel Hidalgo O

AFICHES

# TALLERES DE ORIENTACION

EN EDUCACION SEXUAL Y REPRODUCTIVA PARA ADOLESCENTES



INFORMATE

CONCIENTIZA

CAPACITATE

FECHA: DICIEMBRE 15 DEL 2011  
HORA : 15H00  
LUGAR: JUNTA PARROQUIAL  
DIRIGIDOS A: ESTUDIANTES Y ADOLESCENTES

**ENTRADA COMPLETAMENTE GRATIS**

HORA: 14H00  
FECHA: 14 DE DICIEMBRE DEL 2011  
LUGAR: ANCON, BARRIO CENTRAL



**TALLERES DE CONCIENTIZACION**

EN EDUCACION SEXUAL Y REPRODUCTIVA PARA ADOLESCENTES

Sexualidad

CAPACITATE  
ORIENTATE  
INFORMATE

E

POR: ANGEL HIDALGO O.

## TRÍPTICOS







*"Hablar de sexualidad humana es hablar de la esencia misma del ser humano"*

*Mauricio Matoru Pooty, 1975. Filósofo*

Capacitación en Educación sexual y reproductiva para los adolescentes de la parroquia Ancón



**INTRODUCCION**

La adolescencia es una etapa crítica de la vida caracterizada por profundas transiciones en la conducta emocional, intelectual, sexual y social de los seres humanos. Su tarea principal es la consolidación de la propia identidad; esto es, el descubrir "quién soy yo".

En esta etapa la amistad llega a ser de vital importancia ya que el adolescente busca el aliento de afines, con quienes pueda compartir las experiencias vividas en el proceso de búsqueda de identidad.

La conducta sexual de los jóvenes se considera precisamente su conducta más riesgosa, en virtud de que se piensa que el "impulso" sexual no se controla eficazmente por la precaria situación emocional del adolescente.

De esta forma, con el objeto de verse libre de las presiones familiares, de los amigos y de la sociedad en general, el adolescente se compromete en actividades sexuales aún antes de estar preparado para ellas; esto es, incluso antes de que haya recibido una educación sexual adecuada.

**LA EDUCACIÓN SEXUAL** trata de impartir una información progresiva y adecuada de lo que es la sexualidad humana para su formación, tanto en lo biológico como en lo afectivo-social. Debe perseguir la realización de una sexualidad plena y madura que permita al individuo una comunicación equilibrada con el otro sexo, dentro de un contexto de afectividad y responsabilidad.

**SEXUALIDAD** La sexualidad humana comprende un conjunto de fenómenos psico sociológicos de gran importancia para la persona y para la sociedad. Se halla además, vinculada a la afectividad y a los valores, ampliando su esfera más allá de la función reproductora y de la mera genitalidad y quedando englobada en el ámbito más amplio del erotismo.

**ADOLESCENCIA:** La adolescencia es una etapa muy importante en la vida, en la que se producen cambios corporales y se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, conjuntamente con estos cambios y transformaciones el adolescente se encuentra expuesto a riesgos, están los denominados factores de riesgo, así como los factores protectores, es importante su conocimiento, tanto por la familia, la escuela y la sociedad para mejorar la atención integral del adolescente.

**ORIENTACIÓN SEXUAL:** Conjunto de respuestas relacionadas con la información sexual

**SEXO:** Son determinados ya en el momento mismo de la concepción, se es hombre o mujer. Se trata de una definición biológica.

**VALORES,** actitudes y conductas están estrechamente relacionados. Cuando hablamos de actitud nos referimos a la disposición de actuar en cualquier momento, de acuerdo con nuestras creencias, sentimientos y valores.

**ORIENTACION:** Orientar es, fundamentalmente, guiar, conducir, indicar de manera procesual para ayudar a las personas a conocerse a sí mismo y al mundo que los rodea; es auxiliar a un individuo a clarificar la esencia de su vida, a comprender que él es una unidad con significado capaz de y con derecho a usar de su libertad, de su dignidad personal dentro de un clima de igualdad de oportunidades y actuando en calidad de ciudadano responsable tanto en su actividad laboral como en su tiempo libre.

POR: ANGEL HIDALGO O.

## CAPSULA RADIAL 1

Ángel: Utilicemos una sexualidad responsable...

Ángel: No permitamos que destruyan nuestros sueños...

Ángel: Ejercemos el derecho talleres, capacitaciones y charlas

Ángel: Donde nos ayudara a concientizar, estar orientados e informados

Ángel: Sobre la educación sexual y reproductiva en los adolescentes

Ángel: Que nos ayudara a la formación de valores y actuar de una manera responsable.

Ángel: Porque los adolescentes

Ángel: Somos los futuros del mañana.....

Somos el futuro del mañana----

## CAPSULA RADIAL 2

María: Son jóvenes, cortina musical

María: adolescentes....que saben de sexo

María: siempre se equivocan...

María: son incapaces de tomar buenas decisiones.

María: los padres, los padres si sabemos....

Ángel: haber

Ángel: ratito, ratito....

Ángel: como que incapaces.....

Ángel: tenemos derechos a conocer sobre nuestro cuerpo....

Ángel: en las escuelas, colegios y en nuestras casas....

Ángel: también deben hablarnos de sexo....

Ángel: miedo no.....

Ángel: ejercemos nuestros derechos, capacitándonos  
concientizando e informándonos

Ángel y María: por una sexualidad responsable.

### CAPSULA RADIAL 3

- María: lo que faltaba
- María: condones en los colegios....
- María: este mundo se va a cavar con tanto libertinaje....
- Ángel: no señora que le pasa.....
- Ángel: Como dice....
- Ángel: queremos sexualidad con responsabilidad...
- Ángel: sin miedo y sin riesgos.....
- Ángel y maría: miedo no.....
- Ángel: Ejerzamos nuestros derechos, capacitándonos  
concientizando e informándonos
- Ángel: por una sexualidad responsable

## **EQUIPO TÉCNICO EJECUTOR DE LA PROPUESTA**

La propuesta podrá ser ejecutada en la Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, Parroquia de Ancón, por el Gobierno Descentralizado Parroquial de San José de Ancón, previo al análisis y a la aprobación por parte de la localidad quién autorizará la puesta en marcha de este plan de acciones en estrategias de comunicación en la orientación sexual y reproductiva así como el involucrar a adolescentes de la localidad de Ancón y representantes en el proceso orientador.

### **Contenido del programa**

El contenido está repartido una sesión de inducción que van desde definiciones en materia de sexualidad hasta vivencias personales que incluyen valores y temas de desarrollo personal.

## **IMPACTO**

Es necesario ver los aspectos positivos y las ventajas del contenido de esta propuesta.

Con este plan de capacitaciones en orientación sexual y reproductiva para los Adolescentes de esta parroquia con una participación de una manera directa, comprometida y responsable, aumenta el autoestima, que bien se sabe influye en todas las esferas de su comportamiento: social, laboral, familiar, etc.

La comunidad; la participación coordinada de la institución se fortalecerá con los diferentes programa de carácter social en una forma de orientación, convirtiéndolo en un aliciente para animar e informarlos y así con ellos realizar una concientización de tener una sexualidad responsable sin de perjuicios que hasta qué punto poder llegar y terminar con los tabúes donde sol han hecho tener miedo y confundir a los adolescentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAYLON Chistian y MIGNOT Xavier (1996). *La comunicación*. Madrid: Cátedra.
- BEAVIN, Janet, Don Jackson y WATZLAWICK Paul (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Editorial Herder.
- CÁCERES, Evaluación psicofisiológica de la sexualidad humana, Ediciones Martínez Roca J.1990, Barcelona.
- CORDERO Ana, *Guía de prevención del abuso sexual para niños, niñas y adolescentes*, 2011
- FERNÁNDEZ DE CASTRO, *La otra historia de la sexualidad*, Ediciones Martínez Roca, 1990, Barcelona.
- GOMEZ Mariduz, *Libro Donde habita mi sexualidad*,2008, Colombia
- GUITIERREZ Patricia, SANCHEZ Galo y ENRRIQUEZ Rodrigo, *Libro Embarazo cuidado y consecuencias para una familia saludable*,2008
- LIBRO Everest, *ayúdame a crecer* 1982, España Madrid
- LIBRO Everest , *vida sexual* 1982, España Madrid
- LIBRO Cultural.S.A, *sexualidad edición 2001 programa educativo*, Madrid España.
- LIBRO *Conversando con los Adolescentes*, fundación global y universo peruano, 2007
- LIBRO *Quien tiene una vida mejor*, Fundación FNUP,2001
- Lcda. HERAIDAD Puri Ballus, editorial Córcega, edición 2004.
- MATTELART Armand y Michele (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MINISTERIO DE SALUD PUBLICA DEL ECUADOR, *Libro Programa Nacional de Prevención y control de la Sexualidad*, 2008
- OCHOA E., VÁZQUEZ C, *El libro de la sexualidad*, 1992 Madrid. El País.

- OCHOA Elena, La sexualidad humana. Dimensiones y aspectos implicados en la sexualidad, Madrid. Editorial Hispamap.
- PÉREZ GONZÁLEZ Rafael Alberto, Libro mi primaria educativa en sexualidad edición 2001,
- ROMERO Leonardo "Elementos de Sexualidad y Educación Sexual".
- ZIMMERNANN max, Libro cultural S,A. sexualidad , tomo I,II
- [http://www.un.org.ec/pages/interna\\_agencias.php?txtCodilInfo=55](http://www.un.org.ec/pages/interna_agencias.php?txtCodilInfo=55)
- <http://www.efemerides.ec/1/junio/sexual.htm>
- <http://www.UNIVERSIDAD\COMUNICACION\Comunicación.htm>
- <http://monografias.com>, La comunicación y las relaciones públicas. Datos del autor Yadira Suárez Rodríguez,
- <http://monografias.com>. Trabajo de supervisión " Fidelidad comunicativa". Trabajo enviado por: Dafne Rojas Barrera. Primavera 2002.
- <http://monografias.com> Fundamentos teóricos de la comunicación. Comunicación y relaciones públicas. Antonio Olivar Zúñiga.
- <http://monografias.com> La Comunicación Elemental. María Luz
- <http://monografias.com> Relaciones humanas, públicas y la comunicación. Trabajo enviado por: José Aviles
- Código de la niñez y adolescencia
- Constitución de la República del Ecuador del 2008



# **ANEXOS**

## ANEXO N° 1

### TALLER N° 1

**TÓPICO:** Definiciones en materia de sexualidad

**CONTENIDO:** Sexualidad, sexo, género, educación sexual, genitalidad, afectividad, pubertad, adolescencia, valores, conducta.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Educar en sexualidad.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Interactiva y Participativa

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Clarificar y diferenciar términos en materia de sexualidad.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** El capacitador entregará a los adolescentes, organizados en equipos, una ficha que ejemplifica un término en materia de sexualidad para que la lean, discutan, reconozcan y elaboren la definición respectiva.

Luego un relator, leerá el aporte de cada grupo.

A continuación el docente reforzará las definiciones con el apoyo de transparencias.

Para finalizar se verificará con un juego de memoria (Término-definición) el aprendizaje del contenido de este taller.

**SESIÓN RELACIONADA:** En el hogar, el adolescente discutirá con sus padres o representantes cada una de las definiciones, como las ve la sociedad y como debería verlas. La tarea familia integrará un portafolio que recopilará todas las asignaciones. Los adolescentes organizados en equipo, elaborarán como tarea un tríptico abierto o libre referido al tema. (Esta observación es válida para los demás talleres).

**EVALUACIÓN:** Asistencia, interés, participación y observación directa de las conductas que se plasmarán en un registro anecdótico.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** Fichas, lápices, hojas, retroproyector, juego didáctico, equipo de sonido.

## ANEXO Nº 2

### TALLER Nº 2

**TÓPICO:** Autoestima

**CONTENIDO:** Definición, elementos, técnicas y principios fortalecedores.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa e interactiva.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Me gusta como soy

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Proporcionar momentos de reflexión e internalización que permitan identificar elementos de valoración personal para obtener una firme autoestima y valoración de su sexualidad.

**SESION ESPECÍFICA:** Se inicia aplicando un test sencillo de autoestima donde el adolescente podrá reconocer virtudes y errores en su forma de ser y actuar. Luego el facilitador dará información básica sobre el tema de autoestima, para lo cual hará uso de transparencias diseñadas especialmente.

Para que la actividad pueda ser internalizada se proseguirá con diferentes lecturas seleccionadas por el facilitador para cada grupo. El contenido de las mismas será debatido en plenaria. Finalmente cada adolescente completará la plantilla: La ventana de la autoestima.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los adolescentes elaborarán en su hogar y con ayuda de sus padres una composición personal donde reflejará descripciones familiares y personales de recuerdos agradables y/o momentos valiosos para ser leídos voluntariamente al inicio del próximo taller.

Así mismo elaborará de manera individual frases o afirmaciones positivas referidas a autoestima y sexualidad.

**EVALUACIÓN:** Asistencia, interés, participación, responsabilidad.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** Test, retroproyector , lecturas, plantillas.

## ANEXO Nº 3

### TALLER Nº 3

**TÓPICO:** Anatomía y fisiología humana.

**CONTENIDO:** Aparato reproductor masculino y femenino, menstruación, ovulación, respuesta sexual masculina y femenina, embarazo y parto.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa e interactiva.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Mi cuerpo y yo.

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Reforzar el conocimiento sobre anatomía y fisiología de la reproducción humana asociada a la salud sexual.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** Se inicia la actividad con el rompe-hielo: "Reconozcan mi cuerpo" en el que los alumnos deben ubicar y reconocer, con las manos y los ojos vendados, las partes del aparato reproductor masculino y femenino en modelos anatómicos diseñados especialmente. A continuación el docente proyectará la película Educación de la sexualidad humana, haciendo uso de la técnica del feed-back. Luego los adolescentes organizados en equipos responderán el Sexigrama diseñado tipo combinación crucigrama-sopa de letras.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los adolescentes organizados en parejas diseñarán afiches con afirmaciones positivas referidas a anatomía y fisiología humana; para que sirvan de ambientación en el próximo taller.

**EVALUACIÓN:** Observación directa, participación, responsabilidad, creatividad.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** Modelos anatómicos, lectura, tv, video, crucigrama, lápices, pañoleta.

## ANEXO N° 4

### TALLER N° 4

**TÓPICO:** Características biopsicosociales del adolescente

**CONTENIDO:** Pubertad, adolescencia, cambios físicos, psicológicos y sociales.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa e interactiva.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Yo soy rebelde.

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Reconocer los distintos cambios de la adolescencia y su relación con la sexualidad.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** El facilitador proyectará la película: "El adolescente y su mundo" haciendo uso de la técnica del feed-back. Luego los alumnos organizados en equipos se debatirán en el juego "La Adolescencia" diseñado tipo "A ver si sabes" que consiste en un tablero de 35 casillas (10 casillas de conocimientos, 10 casillas de premio y 10 casillas de castigo). Las casillas de conocimientos incluyen a su vez tres preguntas diferenciadas por colores.

Cada jugador coloca su ficha en la casilla de salida (púber) y empieza el juego el participante que obtenga el número más alto al lanzar el dado. El primer jugador mueve su ficha tantas casillas como indica el dado de números y el color indica tipo de cambio correspondiente a su pregunta (azul =características físicas, rosado = psicológicas y morado = sociales).

Las preguntas plasmadas en fichas por color según el tema serán leídas por el jugador de la derecha y deberán ser respondida en 20 segundos a partir del momento de la lectura. Si el jugador responde correctamente vuelve a tirar los dados para avanzar y contestar una nueva pregunta. Si no responde correctamente cede el turno al jugador de la derecha.

Gana el jugador que antes llegue a la estación meta (adulto) pero el juego no se dará por terminado hasta que no quede más que un jugador. Habrán casillas de premio en color verde y de castigo en color rojo.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los alumnos elaborarán un anecdotario donde figuren los cambios físicos experimentados en los tres últimos años, los cambios sociales experimentados en los tres últimos meses y los cambios emocionales experimentados en las tres últimas semanas. Dicha tarea será firmada por los representantes y leída al inicio del próximo taller.

**EVALUACIÓN:** Observación directa, participación, responsabilidad.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** t.v video, juego.

## ANEXO N° 5

### TALLER N° 5

**TOPICO:** Métodos anticonceptivos

**CONTENIDO:** Definición, clasificación, ventajas, desventajas.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Regulando la fecundidad.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa – interactiva

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Analizar los diferentes métodos y su importancia para la regulación de la fecundidad en la pareja.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** El facilitador proyectará el video de los Métodos anticonceptivos con sus respectivo feed-back. A continuación los alumnos organizados en equipo se debatirán en el juego "La ruleta de la anticoncepción" donde cada casilla enumerada representa una pregunta plasmada en una ficha. Los jugadores apostarán al número de su preferencia, una vez que el director del juego haya repartido monedas de manera equitativa entre todos los participantes. Al girar la ruleta el jugador con el número asignado tendrá derecho a una pregunta, si la responde correctamente se llevará todas las monedas que entraron en la apuesta. Si el jugador contesta de manera errónea o no lo hace las monedas regresarán a la banca. Ganará aquel jugador que acumule mayor cantidad de monedas.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los adolescentes dibujarán cada uno de los métodos anticonceptivos con sus respectivas ventajas y desventajas.

**EVALUACIÓN:** Observación directa, participación y responsabilidad.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** T.V, video, juego.

## ANEXO N° 6

### TALLER N° 6

**TOPICO:** Infecciones de transmisión sexual

**CONTENIDO:** Definición, tipos, síntomas, formas de transmisión, prevención, pirámide de la promiscuidad.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Control y prevención en I.T.S.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Organizativa, participativa.

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Reconocer los síntomas de las diferentes I.T.S para comprender la importancia de mantener una vida sexual responsable.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los adolescentes se organizarán en equipos y visitarán en compañía de sus representantes el Centro de Salud, con la finalidad de investigar cuáles son las enfermedades de transmisión más frecuentes en la localidad, signos y síntomas de la infección, formas de contagio y medidas preventivas. Esta información servirá de base para la participación de los adolescentes en la conferencia.

**SESIÓN ESPECIFICA:** El conferencista preparará el desarrollo de esta sesión según su apreciación; el conferencista contactado será un especialista invitado.

**EVALUACIÓN:** Observación directa, participación, hábitos de trabajo, responsabilidad

**RECURSOS:** Transparencias, proyector, papel, lápiz, especialista invitados.

**LUGAR:**

## ANEXO N° 7

### TALLER N° 7

**TÓPICO:** V.I.H / S.I.D.A

**CONTENIDO:** Virus, V.I.H, S.I.D.A, Sistema Inmunológico, síntomas de la infección, vías de transmisión, medidas preventivas, discriminación y estigmatización.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** La infección que viaja.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa, interactiva,

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Reforzar conocimientos acerca del S.I.D.A que nos permitan adoptar conductas dirigidas a prevenir la enfermedad y discriminación de los infectados.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** El facilitador proyectará la película "Conozcamos las enfermedades" con su respectivo feed-back.

A continuación los diferentes grupos se debatirán en un Reto al Conocimiento con preguntas de diferentes contenidos y valores según su grado de complejidad. Ganará el equipo que acumule mayor puntaje.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los adolescentes en compañía de sus padres diseñarán anuncios publicitarios o comerciales de radio y T.V para una campaña contra el uso del preservativo como única solución para el "sexo seguro" y/o la discriminación y estigmatización.

**EVALUACIÓN:** Observación, participación, confianza en sí mismo, creatividad, responsabilidad.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** Video, T.V, fichas, cronómetro.



## ANEXO N° 8

### TALLER N° 8

**TÓPICO:** Los valores

**CONTENIDO:** Libertad, responsabilidad, dignidad.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Vivamos nuestros valores.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Interactiva, participativa.

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Facilitar procesos vivenciales que permitan al adolescentes reconocer los valores humanos y aplicarlos a su sexualidad.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** Para iniciar la sesión el facilitador invita a los alumnos a escuchar y reflexionar la letra de una canción. A continuación se les pedirá recordar la(s) frase(s) que le(s) halla(n) impactado y por qué. Luego el facilitador entregará una plantilla con expresiones referidas a "LIBERTAD" para que el adolescente las reflexione e identifique como positivas o negativas, las mismas irán a plenaria. Para cerrar este primer momento los adolescentes organizados en equipos elaborarán un collage referido al tema para ser exhibidos e intercambiar opiniones con el resto del grupo.

Segundo momento: Los adolescentes organizados en equipo se debatirán en el juego "RESPONSABILIDAD EN SEXUALIDAD" diseñado tipo monopolio.

(Con este juego el adolescente también pondrá en práctica lo referido a libertad).

Tercer momento: Los alumnos en forma individual analizarán la lectura titulada "La mirada de Dios" para ser analizada y comentada en plenaria. Luego el docente proyectará y explicará transparencias referidas a "DIGNIDAD". Para finalizar el docente pedirá a cada alumno expresar una frase alusiva a dignidad.

**SESIÓN RELACIONADA:** (1) El Capacitador entregará a cada participante una plantilla relato y sus alternativas para que el adolescente seleccione y fundamente la opción que considere correcta.

(2) Los adolescentes dialogarán con sus compañeros sobre las conductas positivas que pueden desarrollar y las conductas negativas que son propias de los irresponsables y en base a ello formularán una lista de los siempre-siempre que tratarán de cumplir responsablemente (incluyendo la sexualidad) y otra de los inaceptables nunca-nunca. Las listas se colocarán en sitios visibles para el joven, a fin de que puedan ser revisadas periódicamente.

(3) Los adolescentes escribirán una carta dirigida a la persona que será su pareja definitiva que incluya lo que piensa y siente sobre la sexualidad, de los anhelos e ideales que le gustaría convertir en realidad algún día.

**EVALUACIÓN:** Observación directa de las conductas, participación, creatividad, responsabilidad.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** Equipo de sonido, plantilla ejercicio, revistas, papel bond, tijeras, goma. Juego, retro-proyector, transparencias, plantillas tarea.

## ANEXO N° 9

### TALLER N° 9

**TÓPICO:** La Comunicación.

**CONTENIDO:** Definición, tipos, barreras, elementos que la favorecen, medios de comunicación.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Un grito desesperado.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa, interactiva.

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Distinguir los diferentes tipos de comunicación y cómo influyen en las relaciones interpersonales.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** Tanto los adolescentes jugarán el teléfono descompuesto como actividad rompe-hielo en el que cada uno recibirá un mensaje secreto (dicho al oído en forma de murmullo) de un compañero y se lo transmitirá a otro. Con esto se busca presentar el tópico del día. A continuación se organizarán en equipos por separados para reflexionar acerca de la temática contenida en el libro titulado "Un grito desesperado" de Carlos Guauhtémoc (tarea hogar asignada en el taller anterior). Luego el facilitador invitará a participar de la proyección de un video con la finalidad de reconocer e interpretar los diferentes tipos de comunicación y su repercusión en la vida de las personas.

**SESIÓN RELACIONADA:** En casa los adolescentes en compañía de sus representantes leerán afirmaciones plasmadas en plantillas para convertirlas en afirmaciones que comienzan con "Yo" y tengan un significado positivo.

**EVALUACIÓN:** Interés, participación, iniciativa, confianza en sí mismo, fluidez en las ideas.

**LUGAR:**

**RECURSOS:** Texto, tv, video, plantillas

## ANEXO N° 10

### TALLER N° 10

**TÓPICO:** Proyecto Personal de vida

**CONTENIDO:** Definición, factores, directrices.

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:** Eres creador de tu mundo.

**TIPO DE ACTIVIDAD:** Participativa, interactiva, constructiva.

**OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Facilitar lineamientos para la formulación de proyectos de vida y logro de metas personales.

**SESIÓN ESPECÍFICA:** El disparador de esta actividad será la canción que lleva por título "Me olvidé de vivir" interpretada por Julio Iglesias.

La actividad correspondiente a esta sesión consiste en una charla participativa, para la cual el docente proyecta la conferencia "Ser Excelente" de Miguel .A. Cornejo. Para continuar dicha actividad el docente facilita un plan de acción para que los alumnos diseñen un proyecto de vida en forma sencilla y práctica (metas, acciones, fechas, acciones de rectificación en esos contratiempos y recompensa). Al finalizar se hace una plenaria de testimonio y el docente puntualiza los aspectos relevantes sobre el proyecto personal de vida.

**SESIÓN RELACIONADA:** Los alumnos elaborarán su propio epitafio, pedirán a sus padres que lo lean y firmen la actividad.

**EVALUACIÓN:** Responsabilidad, participación.

**RECURSOS:** Equipo de sonido, cd, tv, video, papel, lápiz.

**LUGAR:**