

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LOS LIDERES Y LIDERESAS DE LA  
INSTITUCIONES EDUCATIVAS MUNICIPALES QUE FAVOREZCA SU  
ACERCAMIENTO AL PROYECTO DE SALUD SEXUAL – REPRODUCTIVA Y  
EQUIDAD DE GENERO.**

**WILSON AZAEL CHECA GONZALES  
GUIDO ESTEBAN SIMÓN RIAÑO JURADO  
JUAN CARLOS VERGEL VARGAS**

**UNIVERSIDAD MARIANA  
FACULTAD DE POSGRADOS Y RELACIONES INTERNACIONALES  
CAMPOS DE LA SALUD  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
SAN JUAN DE PASTO  
2010**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LOS LIDERES Y LIDERESAS DE LA  
INSTITUCIONES EDUCATIVAS MUNICIPALES QUE FAVOREZCA SU  
ACERCAMIENTO AL PROYECTO DE SALUD SEXUAL – REPRODUCTIVA Y  
EQUIDAD DE GENERO.**

**Investigación Profesoral y Asesoría a Cargo**

Máster Christian Mauricio Rodríguez Eraso

**Co-investigadores**

**WILSON AZAEL CHECA GONZALES  
GUIDO ESTEBAN SIMÓN RIAÑO JURADO  
JUAN CARLOS VERGEL VARGAS**

**UNIVERSIDAD MARIANA  
FACULTAD DE POSGRADOS Y RELACIONES INTERNACIONALES  
CAMPOS DE LA SALUD  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
SAN JUAN DE PASTO  
2010**

“Los conceptos, afirmaciones y opiniones contenidas en el presente trabajo son responsabilidad única y exclusiva de sus autores y no compromete a la Universidad Mariana”.

Artículo 71. Reglamento de investigación y de publicaciones. Universidad Mariana.

## INTRODUCCION

El mundo, antes del Once de Septiembre de 2001, cambió radicalmente el panorama de la escena nacional e internacional; debido a que a partir de esta fecha se impone un Nuevo Orden Mundial que rige el destino del Siglo XXI.

Hasta antes del 11-S, la realidad de las personas continuaba muy de la mano con las perspectivas, los pensamientos, las formas de ver la vida, de interactuar, de relacionarse y de usar los medios de comunicación, bajo el enfoque del Siglo XX. Es así, como la preocupación relacionada con la Alerta por el Calentamiento Global pasó a un segundo plano y se lo asocia más con un concepto que quedó en el pasado.

Hoy en día, la Nueva Generación de Jóvenes Adolescentes cuenta con otro tipo de preocupaciones que son muy distintas a las que tuvieron sus padres, e inclusive, hasta la de sus hermanos mayores.

Para dichos Jóvenes, el Ataque a los Estados Unidos el Once de Septiembre, se constituyó como el promotor de **Los Nuevos Cocos** que en verdad aterran sus vidas. El Terrorismo a Gran Escala determina que en este momento cualquier país, cualquier persona, sin importar dónde resida o lo desarrollado que esté; se convierte en blanco fácil de un ataque planeado a miles de kilómetros. De igual manera, el cuidado por el medio ambiente es una de las prioridades que está tomando fuerza entre Ellos porque los está volviendo activistas, líderes y conscientes por cambiar las ideas y los métodos para enfrentar este fenómeno; hecho que toman como punto de referencia películas como *The 11th Hour* y *El Día Final*.

Sin embargo, a pesar de que **Los Nuevos Cocos** cambian la forma de ver del mundo en la Generación de Hoy, cabe destacar, que otros aspectos están también relacionados con esta nueva representación por la que están viviendo.

De esta manera, aspectos como el entablar relaciones con los demás para generar vínculos afectivos o de amistad; se desarrollan a través de las llamadas Redes Sociales. Ya no es tan oportuno el contacto cara a cara para entablar un vínculo con alguien más, de hecho, ni siquiera la diferencia de edad restringe que los jovencitos tengan amistades de igual a igual con personas mayores.

Pero, la Juventud del Momento, a pesar de contar con una visión distinta del mundo sigue enfrentando a un Viejo Coco que de cierta forma actúa camuflado dentro de esos Nuevos Cocos.

Con base en lo anterior, hay dos factores -o Viejos Cocos- que afectan en gran medida la vida de los Jóvenes: *La Sexualidad Reproductiva* y *La Equidad de Género*. Ambos factores, se siguen manifestando de la misma manera como ocurría en el pasado en lo que respecta a embarazos no deseados, inicio temprano de la actividad sexual, discriminación por la mujer, entre otros.

Por tal motivo, entidades como *La Organización Panamericana de la Salud* (O.P.S.) o la *Organización Internacional del Trabajo* (O.I.T.), han establecido desde su creación convenios, planes y estrategias relacionados a rectificar efectivamente las desigualdades basadas en el sexo, el cuidado de la salud reproductiva y la aceptación y expresión de nuevas ideas relacionadas con ello.

Así pues, en las medidas tomadas por *El Apartado J de la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing* (1995) se hacen alusiones y recomendaciones específicas en torno al papel que los medios de comunicación tienen para fomentar la Igualdad de Género como lo es el de 'Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión'.

Igualmente, en *El Consenso de Quito, adoptado en Agosto de 2007 tras La X Conferencia sobre la Mujer de América Latina y El Caribe*, se reivindica el tema de los medios de comunicación como parte del *Apartado 12 'Para adoptar políticas, incluyendo leyes cuando sea posible para erradicar contenidos sexistas, estereotipados, discriminatorios y racistas en los medios de comunicación y estimular su función como promotores de relaciones y responsabilidades igualitarias entre hombres y mujeres'*.

A partir de lo anterior, se empieza a generar una concienciación en el uso de los medios relacionados con la Sexualidad y el Género. Un claro ejemplo lo constituye en Perú *El V Concurso Fem-Tv*. Que premia el aviso publicitario más creativo y no sexista bajo el lema: '¿Por qué las Mujeres Cambiamos y la Publicidad No?, Anuncia la Igualdad, Respeta las Diferencias.' También, el Certamen premia a la pieza publicitaria más sexista otorgando el Anti-premio SAPO-TV.

Cabe destacar, que si se quiere relacionar los temas de Juventud, Equidad de Género, Sexualidad Reproductiva y Comunicación, además, de generar procesos de información, es oportuno establecer una estrategia que permita hilvanar tales temas bajo una perspectiva que logre entender desde la mirada de los jóvenes cómo les afecta este escenario.

Así, la Comunicación se constituye en el eje que analiza, evalúa y propone qué se necesita para que lo referido no sólo se quede en un proceso de información, sino que, por el contrario cumpla con otros de los fines que tiene la misma como lo son la de Indagar, Intercambiar, Influir y Relacionar.

Bajo estas concepciones, el presente Trabajo de Investigación plantea la importancia de promocionar y detectar desde la Comunicación, cómo los jóvenes Líderes y Lideresas de 14 a 19 años de edad de cuatro Instituciones Educativas Municipales de Pasto valoran, entienden y se apropian de los contenidos recibidos por una capacitación que les brindó la Universidad Mariana y la Alcaldía de Pasto en lo que respecta al Proyecto **Salud Sexual – Reproductiva y Equidad de Género**.

Para tal fin, se inicia este proceso de promoción y de detección a través de un acercamiento al grupo de estudio referido mediante el contraste entre gustos, tendencias, actividades, formas de pensar, entre otros, que ocurren entre Comunicación y Sexualidad, junto con, Comunicación y Género; con el fin de contrastar estos planteamientos con lo que vivencian los Líderes y Lideresas.

Como segundo paso, se plantea la planificación, diseño y puesta en marcha de un **Concepto** en torno a los temas dictados por las Entidades Ejecutoras.

## 1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Básicamente, para poder desarrollar este Trabajo de Investigación desde la Comunicación, es necesario, determinar que aparte de inculcarles a los jóvenes objeto de estudio unos contenidos de formación referentes a Sexualidad y Género; hace falta establecer una forma de promocionar (no sólo la importancia de los mismos, si no, su retroalimentación) con el fin de que se aproximen a éstos sin que los perciban como un contenido pedagógico más.

Para tal fin, se parte de que hay que realizar un Estudio de Comunicación Asertiva; con el interés, de entender mejor cómo se comporta, piensa, actúa y ubica el grupo de estudio dentro del Plantel Educativo, para que de esta manera, seleccionar adecuadamente qué ideas favorecen la promoción y difusión entre los Líderes y Lideresas.

Igualmente, existen en nuestra Localidad, mensajes promocionales sobre dichos temas que son realizados por diferentes entes (Instituto Departamental de Salud – Gobernación de Nariño) no obstante, la concepción de los mismos tiene un carácter masivo, tanto, por la idea del mensaje como por la emisión a través de la radio y la televisión local sin ninguna distinción de horarios o ubicación en espacios programáticos que interesen a quienes los escuchan y/o ven.

Con base en lo anterior, es indispensable diseñar y aplicar una serie de Talleres concebidos desde el punto de vista de Comunicación vs. Sexualidad, Comunicación vs. Género y Comunicación vs. Medios-Sexualidad y Género; con la intención de detectar y analizar cuál es la Expresividad que los Jóvenes Objeto de Estudio perciben acerca de este Proyecto de Formación. Es así, como a partir de allí, se extraerán contenidos y herramientas que permitirán recapitular la retroalimentación de los temas tratados a través del uso de una Comunicación Asertiva.

### 1.1. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo Generar desde la Comunicación una Estrategia de Promoción y Difusión que permita resumir en un **Concepto Envolvente** las capacitaciones, los conversatorios y la obra de teatro entre los Líderes y Lideresas de las Instituciones Educativas Municipales participantes en el Proyecto **Salud Sexual – Reproductiva y Política de Género**?

## 1.2 JUSTIFICACION

A principios de 2009, el mundo se sorprendió por el **Caso de Alfie Patten**, un adolescente británico que se convirtió en uno de los padres más jóvenes del planeta con tan sólo 13 años de edad, junto a su novia, Chantelle de 15 años.

Pues bien, es probable que este adolescente haya tenido relaciones sexuales desde los 12 años, que en esencia, es un comienzo relativamente temprano; si consideramos que otros a esa edad aún se consideran niños y todavía disfrutan de los juegos.

Un tabloide británico de nombre **Daily Mirror** ha difundido la noticia de que Alfie no es el padre de la bebé debido a que se sometió a unas pruebas de ADN, después de que muchos chicos de edades similares a las de él confesaron haber sostenido relaciones con Chantelle; el resultado fue el que todos suponían: no hay ningún parentesco entre el niño y la bebé.

Aunque, el *Caso de Alfie* puede llamarnos la atención, en verdad, no generaría la sacudida ocurrida si ante todo comprendemos cuál es el entorno en el que éste y muchos otros adolescentes –sin importar clase social, ubicación geográfica, condiciones familiares – se desenvuelven.

Ante todo, la Generación en la que Alfie y muchos de los quinceañeros que viven hoy se caracteriza por la excesiva permisividad o libertinaje, que se vincula con la falta de respeto por las normas y con el desinterés e indiferencia por cuestiones relacionadas con el bien colectivo, predominando el interés por lo que se obtenga de modo individual. La Nueva Generación ya está aquí y no concibe la vida sin Internet o celulares y tiene una habilidad superior para manejarse en un mundo dominado por los avances de la electrónica.

A su vez, el *Universo de Alfie* y del resto de jovencitos continúa siendo invadido por mensajes promocionales con elevado contenido erótico y sexual. Sin importar que se trate de un anuncio instalado en una de las calles del *Barrio Neoyorquino de Soho*, una valla de *Calvin Klein* muestra a cuatro jóvenes recostados en un sofá, con los torsos desnudos, besándose y bajo una connotación bastante bisexual. Junto a *Dolce & Gabbana* y *Abercrombie & Fitch*, la Firma Neoyorquina de Ropa y Complementos es una de las empresas que ha despertado más controversias por la sexualidad implícita en su publicidad.



Desde la perspectiva presentada, es necesario que Programas de Educación para la Sexualidad y Construcción de Ciudadanía como iniciativa del Ministerio de Educación Nacional y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (Unfpa), que se viene desarrollando en Nariño; cuyo propósito es contribuir al fortalecimiento del sector educativo en el desarrollo de proyectos pedagógicos de educación para la sexualidad, junto con el Programa de Capacitación impartido por la Universidad Mariana y la Oficina de Género de la Alcaldía de Pasto, no sólo se queden en la perspectiva de enseñar, por el contrario, deben generar una retroalimentación que se logra cuando se conoce adecuadamente al grupo de estudio, cuando se entiende cuáles son sus formas de comunicarse, cuando se determinan cuáles son las herramientas idóneas de comunicación para llegarles a ellos en lo referente a recalcarles la importancia de no olvidar los contenidos impartidos, siempre y cuando, se empleen los medios y las estrategias que estos jóvenes demandan con el fin de no gastar tiempo y recursos en acciones de comunicación poco efectivas a las que no les van a prestar ninguna atención.

Por tal motivo, para plantear Estrategias de Comunicación, a parte, de conocer y analizar el comportamiento y las formas de pensar del grupo de estudio objetivo; también, es importante estructurar Un Concepto Envolvente que esté construido con la perspectiva que emplean, distinguen y entienden los jóvenes desde su posición para referirse a los temas de Salud Sexual Reproductiva y La Política de Género.

### 1.3 OBJETIVOS

**1.3.1. Objetivo General.** Formular una alternativa de difusión del Proyecto **Salud Sexual – Reproductiva y Política de Género**, desde la perspectiva de los agentes involucrados: Universidad Mariana, Oficina de Género – Alcaldía de Pasto, Líderes y Lideresas de las Instituciones Educativas Municipales (I.E.M).

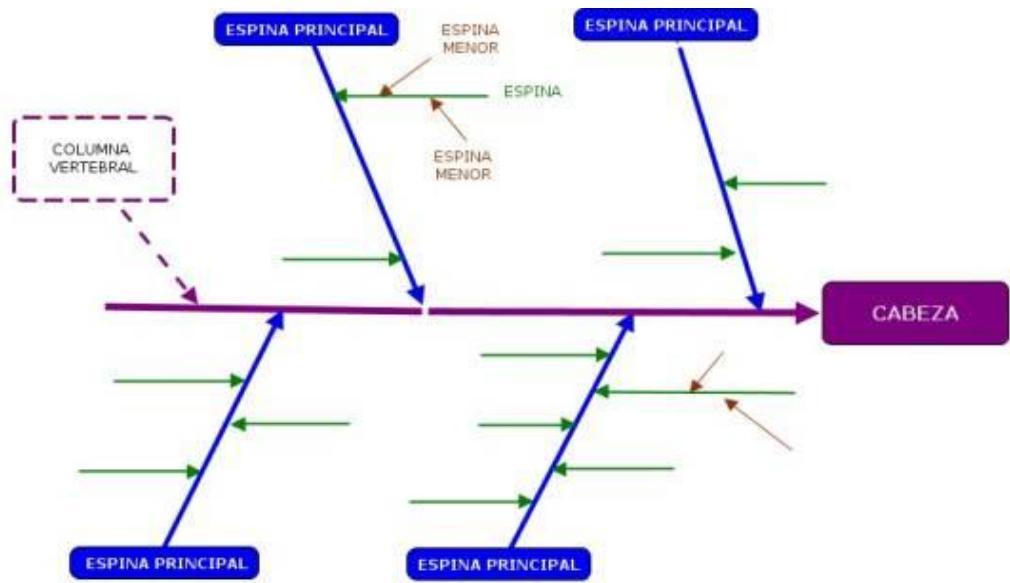
#### 1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar la perspectiva de los Líderes y Lideresas con respecto al **Proyecto de Salud Sexual - Reproductiva y Política de Género** a partir de la Comunicación Asertiva.
2. Determinar qué expresiones y conocimientos manifiestan los Líderes y Lideresas durante las capacitaciones, los Conversatorios y la Obra de Teatro.
3. Establecer un **Concepto Envolvente** a partir de las experiencias, pensamientos, vivencias y el aprendizaje adquirido que incluya los puntos de vista de los agentes involucrados.
4. Reflejar en un producto simbólico los aspectos fundamentales apropiados por parte de los Líderes y Lideresas de las I.E.M.

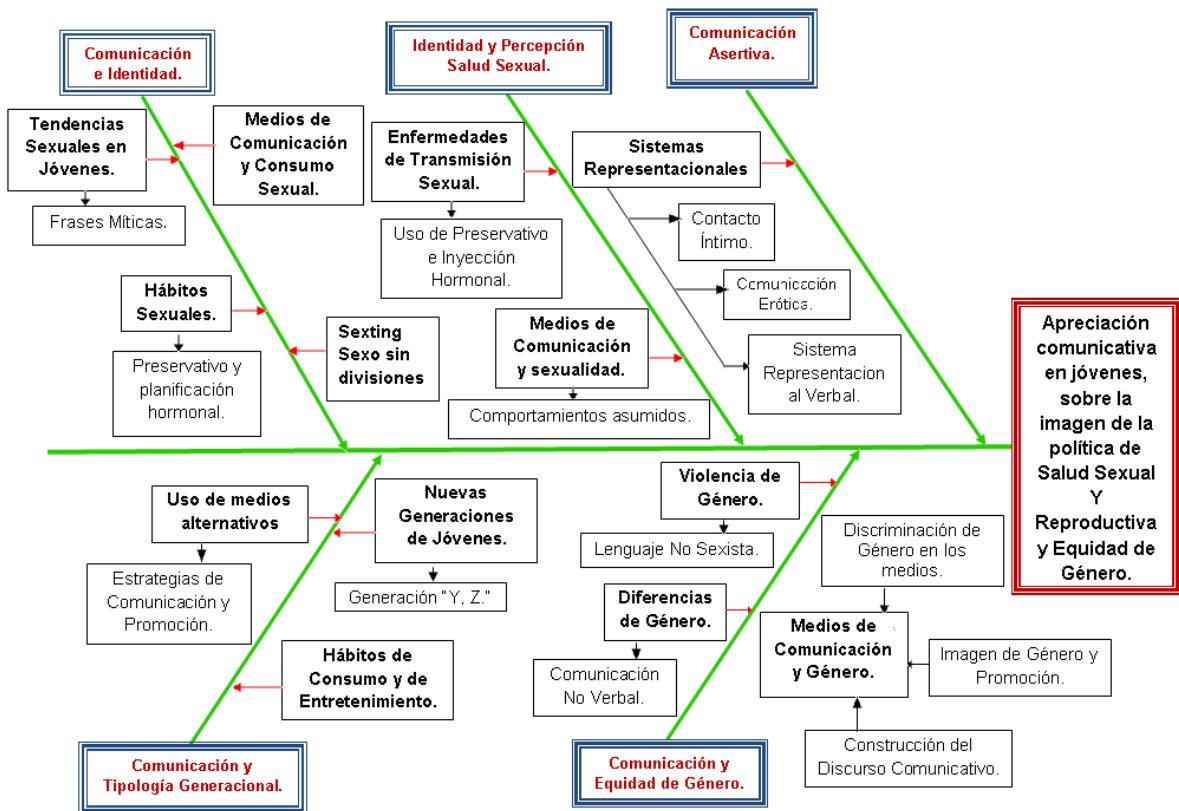
### 1.15 MATRIZ DE ISHICAWA

**La matriz de Ishicawa se traduce como un Diagrama Causa- Efecto.** El propósito de este diagrama es identificar las causas de un problema o de un suceso, o las relaciones causales entre dos o más procesos; de esta manera motiva el análisis y la discusión grupal, de manera que se pueda ampliar la comprensión del problema.

**El Diagrama Causa-Efecto es llamado usualmente “Diagrama Espina de Pescado” porque su forma es similar al esqueleto de un pez:** Está compuesto por un recuadro (cabeza), una línea principal (columna vertebral), y 4 o más líneas que apuntan a la línea principal formando un ángulo (espinas principales). Estas últimas poseen a su vez dos o tres líneas inclinadas (espinas), y así sucesivamente (espinas menores), según sea necesario.



### 1.17 DIAGRAMA CAUSA – EFECTO COMUNICACIÓN SALUD SEXUAL-REPRODUCTIVA Y POLITICA



## 2.2 PERCEPCIÓN DE COMUNICACIÓN Y SEXUALIDAD EN LOS JOVENES

Los estudiantes se comunican, interactúan, juegan, charlan y comparten información de diferentes temas, primordialmente entre sus actividades que realizan después de clases, se destacan los juegos que practican o las acciones que desarrollan en el transcurso del día como ver los programas de televisión de música juvenil, hablar por celular con los amigos sólo como entretenimiento o revisar el correo electrónico para informarse sobre el estudio o trabajos académicos.

El encuentro con los diferentes estudiantes de los Colegios que se trabajaron; sirve para comprender su imagen de lo que significa estar en sociedad, cómo es el intercambio de palabras, ideas, gestos y sentimientos. Para ello, el Proceso de Comunicación que manejan sirve para que se interrelacionen con base en las características culturales, personales y en el entorno que interactúan. Esta comunicación significa encontrarse, relacionarse, educarse y aprender de los demás.

Todas estas manifestaciones y acciones que realizan demuestran qué es lo que más les gusta hacer, cómo se comunican, cuáles son sus pensamientos y actitudes que tienen acerca de sus relaciones sexuales, - ya sean con los amigos, familiares, o personas que los rodea.

La comunicación permite trabajar para construir proyectos, transformarlos, generar y fortalecer relaciones entre las distintas personas, en especial, las que tienen referencia a la parte sexual porque se busca adentrarse al manejo que tienen los jóvenes de su comportamiento con respecto a la Seguridad Sexual.

Para tal fin, se puso en práctica el **TALLER DE COMUNICACIÓN Y SEXUALIDAD**. Un Taller llevado a cabo con los estudiantes, para que respondieran a preguntas de manera participativa, con el propósito de comprender su forma de comunicarse con las personas que les gusta más allá de una relación de amistad, de los conceptos que tienen acerca de la Planificación Familiar y de las Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS).

A continuación se da a conocer los resultados que arrojó cada una de las preguntas trabajadas en el taller, el cual duró cuarenta (40) minutos en cada institución académica.

El tema con que comenzó el Taller fue *Habilidades de Comunicación y Sexo*. Este tema trata de comprender cuál es el Sistema Representacional de Comunicación (Verbal, Auditivo, Visual Kinestésico) que emplean los estudiantes para acercarse íntimamente con la pareja o persona que más les llame la atención para establecer un contacto íntimo. Teniendo claro que para comunicarnos existen diferentes formas de iniciar un acercamiento con alguien a través de una Comunicación

Directa mediante el diálogo, las miradas, los gestos hacia la otra persona recurriendo a los guiños o de manera táctil cuando se acaricia y se tiene contacto cercano del uno con el otro.

Al respecto, a medida que se leían las preguntas, algunos de los estudiantes se reían cuando escuchaban que dentro de las opciones de los sistemas representacionales para entablar un contacto sexual íntimo podían recurrir a lo olfativo y a lo gestual. Es así, como pensaban que el acercamiento con la otra persona a través del olfato consistía en lo mismo que hacen los perros o que lo gestual radica en hacerle muecas o guiños sin importar lo atractivo o seductores que fueran.

Cabe destacar, que la mayoría de los estudiantes encuestados en los tres colegios contestaron que dentro de su Sistema Representacional de Comunicación utilizan lo Verbal para acercarse íntimamente con la pareja; lo que significa que preguntan y se conocen profundamente por medio de una conversación cercana. Seguido del Sistema Representacional Visual; que conduce que para acercarse a la pareja primero la miran y podrían llamar la atención con los guiños o gestos, y el tercer Sistema Representacional que más tuvo aceptación fue la comunicación táctil.

Dicha información aclarará el método a utilizar para acercarse a los estudiantes y suministrarles la información que se tiene planeada, también, para esclarecerles conceptos incomprensibles durante en el transcurso del proceso que se realizó por parte de los estudiantes de Enfermería en los temas mencionados anteriormente. Cuanto a la pregunta, Aparte de utilizar un determinado Sistema Representacional de Comunicación para el acercamiento íntimo, ¿lo utilizas también para? la mayoría de los niños respondieron para expresar sentimientos sanos.

La respuesta acerca de utilizar la comunicación para expresar sentimientos sanos permite hacer la construcción del mensaje para la divulgación y promoción de las actividades como la obra de teatro, los conversatorios y la feria.

El fin del taller era para que los estudiantes expresen sobre situaciones que les da vergüenza comentarlo o dialogarlo con otras personas en lo referente a la sexualidad. Es por eso, que aprovechamos este espacio para que nos cuenten las dudas que tenían de los temas que se abordaron en la Política de Salud Sexual, aunque la timidez los rodeaba en cada pregunta y el silencio de ellos se notaba cuando se preguntaba acerca de los temas que se miraron en el proceso, se veía la vergüenza agachando la cabeza y mirando de reojo al compañero de a lado, por lo que tocaba preguntarles más de una vez y recordarles lo aprendido.

El siguiente tema trabajado fue *Imagen Personal y Sexo*. Aquí los niños evidenciaron que es fundamental llevar un preservativo “o condón como ellos le dicen”, porque comparten la idea formulada en la encuesta de que **hay que tener a la mano un condón porque uno no sabe cómo acabará la noche**. Al leerles

cada opción de respuesta abucheaban a la que no sería la respuesta correcta para ellos, intercambiando risas y murmullos con los compañeros mediante la lectura de la encuesta. Sólo existió un mínimo de estudiantes que piensan que si es un hombre el que lo lleva, puede llamar la atención porque se lo asocia con mayor experiencia sexual.

En conclusión, para los niños es importante planificar, pero de manera práctica a través del preservativo “condón”, puesto que, reconocen que su utilización depende de la situación a la que se enfrentan; como en el caso de las fiestas donde hay que “tenerlo a mano” porque no se sabe en qué momento habrá que recurrir a éste.

Lo anterior, transmite la idea de que sólo se cuidan durante un momento de emergencia, que todo depende del éxito conseguido para persuadir a alguien de tener una relación sexual; reflexionan mayormente sobre la importancia de su uso bajo los términos de evitar embarazos no deseados y le dan más valor al temor de contagiarse de las enfermedades de transmisión sexual, antes que, a los afectos y a la valoración que puedan generar en la otra persona en ese preciso instante.

**2.2.1 Identidad y Percepción Seguridad Sexual.** Este ejercicio vislumbró que los niños tienen un mayor conocimiento en el tema de Planificación Familiar desde la perspectiva del uso de la Inyección Hormonal y a cómo la identifican como un método más seguro de anticoncepción.

A la vez sirve para contrastar las percepciones adquiridas con los talleres frente a la realidad experimentada. De igual forma confirmar si la planificación hormonal tiene o no influencia en los jóvenes para utilizarla como una de las herramientas dentro de la promoción del Programa de Salud Sexual y Reproductiva.

Un aspecto que llamó la atención fue que en cada pregunta las niñas respondían con mucha seguridad, en cambio, los niños recurrían a consultarles a ellas para seguir con la encuesta. También, más de un niño miraba con disimulo a la compañera de lado para copiar porque se notaban sus dudas para responder, es por eso que se retroalimentó el tema de planificación familiar con base al método de la inyección hormonal, con el propósito de que todos tengan la misma oportunidad de recordar este tema y no les queden dudas.

De igual manera, el ejercicio se comenzó realizando un ejemplo que decía: “Con base, en estudios realizados, se detectó que muchos jóvenes confesaron haber practicado con mayor frecuencia sexo oral antes que vaginal”. **Ante este hecho las respuestas tuvieron un porcentaje muy parejo, el 33% de los niños respondieron que al menos para las mujeres, el sexo oral podría ser una alternativa al coito. El 30% estuvieron de acuerdo que el sexo oral es otra alternativa para prevenir ETS. Y el 23% reconocen, que para practicarlo es necesario utilizar preservativo.** Incluso, los niños evidencian que al practicar

relaciones sexuales es necesario utilizar el preservativo porque demuestran gran importancia al riesgo de contagiarse con enfermedades de transmisión sexual (ETS).

A la vez, la gran mayoría de los jóvenes son conscientes que el consumo de la planificación hormonal no protege del contagio de Enfermedades ETS. También se obtuvo que el 100% No estén de acuerdo que sólo hay que consumirla como última medida, cuando existe el riesgo de un embarazo no deseado. En conclusión los estudiantes saben que la Planificación Hormonal es un método para prevenir embarazos no deseados. Con esta técnica la mujer puede estar más tranquila, pero debe tener en cuenta las fechas de aplicación para que funcione. Además, es legal, fácil de conseguirla y de utilizarla.

Por lo tanto, el resultado más relevante de dicho método de planificación es que los estudiantes son conscientes de que la planificación hormonal se debe aplicar meses antes de tener relaciones sexuales y seguir aplicándosela a la mujer cada mes cuando tenga una relación sexual activa. También el preservativo es una herramienta para prevenir las enfermedades sexuales pero no es totalmente seguro; ellos mismos lo aseguraban de una manera madura y responsable.

**2.2.2 Lenguaje y Frases sobre Sexo.** Este apartado sirvió para descifrar si los niños están de acuerdo o no con respecto a diferentes frases que los jóvenes expresan ante la sexualidad. Dejó en evidencia que la gran mayoría de los encuestados no están de acuerdo con los comentarios que se escuchan de algunas personas, con respecto a expresiones como:

1. El sexo sin amor es una experiencia vacía, quizás de las experiencias vacías, la mejor.
2. No importa lo grande ni lo grueso, sino lo travieso.
3. No importa con que sexo tengas relaciones íntimas, todo seguirá siendo mentira, si no te lo tomas con la misma naturalidad que el café del desayuno.
4. Las mujeres se quejan de que duramos poco. Esto es cierto porque para tener fondo en cualquier deporte hay que practicarlo a diario, no cada año.

Con respecto a la primera oración, el 93% de los encuestados están en desacuerdo porque piensan que para practicar una relación sexual debe ser con la persona que pueda responder por ell@s, siendo maduros los dos y seguros que quieren estar juntos, teniendo ante todo el amor y respeto hacia el otro. Y hubo un mínimo de acuerdo que piensan de la otra forma.

En la segunda frase, las respuestas estuvieron muy parejas por estar en acuerdo y desacuerdo, se reflejo una gran mayoría de los niños que evidenciaron al estar acuerdo con cierta frase, por lo tanto no se preocupan del tamaño del miembro masculino sino de la forma en que lo utiliza. Claro está que también gran parte de las niñas respondieron que están en desacuerdo.

Ante ello, en este punto los niños se sonrojaban al escuchar cada oración, les generó timidez, sobre todo, al momento de manifestar su desacuerdo con la connotación negativa de las frases. Situación que fue mayormente evidencia en las niñas.

Con base en la tercera oración, el 76% están en total desacuerdo que el sexo no se lo debe tomar tan tranquilamente, ya que es la unión de dos personas que deben estar seguras de la decisión que van a tomar, del mismo modo deben conocer los diferentes métodos de planificación para no estar arrepintiéndose más adelante y saber que el amor no se lo consigue de la noche a la mañana. Por otro lado algunos de los niños piensan que el sexo es algo muy normal y que se puede practicar sin pensar tantas cosas que puedan pasar.

En la última oración, hay un cierto desacuerdo por parte de la gran mayoría de los estudiantes, ya que no piensan que para durar en una relación sexual hay que practicarlo diariamente, solo un 3% piensa que para complacer a la pareja tiene que hacerlo diariamente por lo contrario no podrá tener una satisfacción sexual.

Así mismo, el respeto de la palabra y de la opinión de las niñas en el momento de los talleres fue de importancia porque los hombres esperaban a que ellas se expresaran, a que manifestaran sus conocimientos o a que evidenciaran un comportamiento frente al tema. Es así, como los varones esperaron a escuchar primero la respuesta de las mujeres y con base en lo que decían; respondían con opiniones parecidas y bajo los mismos términos.

En definitiva, los resultados arrojaron que tanto para las niñas y los niños, prefieren una relación sana y sin tener otras intenciones que los lleve a la depravación o el interés físico por su pareja.

**2.2.3 La Televisión y la Música como estimuladores de la Actividad Sexual.** Con este último tema el propósito fue interpretar el grado de influencia que han tenido los estudiantes con los programas de televisión y/o canciones de música como motivadores para iniciar una relación social con su pareja o con la persona que más les ha llamado la atención. A la vez, para obtener una percepción de las actitudes y acciones que realizan los niños cuando miran programas para adultos o escuchan canciones con connotación sexual.

En la primera pregunta se trató la influencia que generó el mirar programas de televisión con contenidos para adultos como motivador para iniciar relaciones

sexuales. Ante ello, las niñas no mostraron interés en este tema, más de una evidenciaba con los gestos o comentarios a los compañeros que no han mirado “cierto tipo de programas o películas” para públicos grandes.

En cambio, los niños de mayor edad aprovechaban el momento para comentar la película que habían mirado o para cantar fragmentos de canciones de reggaeton con connotación sexual que recordaban en ese momento. Esteríbilos como: Hágale papito, deme como perro que mi esposo va a llegar. Perrea, papi perrea. Súbale el volumen a la radio y hagamos el amor en mi cuarto. Las anteriores frases, desencadenaron una actitud de regocijo ya que las expresaron en voz alta, sin ninguna vergüenza y haciendo énfasis en que aquello era lo máximo.

Finalmente, en los estudiantes se detectó que los programas de televisión con contenido sexual despertaron su curiosidad en la gran mayoría de ellos, en especial, cuando están con la persona que les llama la atención porque las impulsa a tomarlas de la mano, a darle susurros al oído y/o a besarl@s por más de un minuto. Un mínimo porcentaje demostró que acariciaría de forma atractiva y buscaría privacidad con la pareja.

Por lo tanto, gracias a esta experiencia se fortalecieron las dudas que tenían los niños con respecto a los diferentes temas que se trataron en los talleres de Planificación Familiar, Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS), Equidad de Género, El Valor y el Respeto hacia la Mujer.

## 2.6 PROPUESTA PROPIA DE UNA PULSERA PARA EL PROYECTO SALUD SEXUAL – REPRODUCTIVA Y POLITICA DE GENERO.

### PRESENTACIÓN

En la construcción social de lo femenino y lo masculino, los medios de comunicación son los que dan significado y validan ciertas conductas asociándolas a roles y estereotipos de género establecidos y reproducidos a menudo por ellos mismos.

Por eso, en la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing (1995) se consideró a los medios de comunicación como una de las 12 áreas de especial interés para conseguir el objetivo de lograr igualdad de oportunidades para hombres y mujeres.

En los últimos años se han desarrollado diferentes herramientas tendentes a crear conciencia y a demostrar el papel de los medios en la construcción de las representaciones de género en la sociedad. Es importante trabajar la comunicación como punto en las agendas de género, específicamente el trabajo con los medios alternativos y los comunicadores por su papel como agentes de socialización, ya que las representaciones sociales de lo femenino y lo masculino tienen un rol decisivo en las conductas y actitudes de los seres humanos, y los medios son fuente esencial de las representaciones que se construyen en la sociedad actual.

Es por eso que debemos tener en cuenta el poder que tienen los medios en la sociedad, para este caso; **nuestro medio de comunicación alternativo que utilizaremos será una pulsera**, diseñada por los cooinvestigadores e investigador vinculados al Proyecto de Salud Sexual - Reproductiva y Equidad de Género de la Universidad Mariana y la Oficina de Género de la Alcaldía de Pasto.

### OBJETIVO DE LA PULSERA

Generar recordación de las temáticas de Planificación Familiar, Prevención de Enfermedades de Transmisión Sexual, Violencia Intrafamiliar, Derechos Sexuales y Reproductivos, Igualdad y Equidad de Género; abordadas durante el Proyecto Salud Sexual Y Reproductiva a través de una pulsera que motive a los líderes y lideresas a promover y difundir el conocimiento adquirido durante el proceso.

#### ¿La pulsera para quién va dirigida?

Será dirigida a los líderes y lideresas vinculados al Proyecto, ellos y ellas pertenecen a una nueva generación, conocida como la generación "Y" comprende los niños nacidos entre 1981 y 2000. "Esta generación se distingue por una actitud desafiante y retadora", explica el doctor Fonseca. "Lo cuestionan todo, no quieren

leer y sus destrezas de escritura son péssimas". Según él, los padres de esta generación son los hijos de los "baby-boomers", es decir, la generación "X".

Nuestro grupo objetivo para portar las pulseras son niños y niñas de 14 a 17 años de edad; que han asistido e interpretado las diferentes actividades y temáticas realizadas por el Programa de Enfermería y los comunicadores sociales de la Universidad Mariana que hacen parte de la investigación. Para que los líderes y lideresas sean los generadores de la difusión de los temas que se brindó y así tengan una referencia de motivación y recordación a la hora de llevar la pulsera.

### **¿En qué consiste la pulsera?**

La pulsera es un elemento de forma cilíndrica que usarán los líderes y lideresas en la zona de las muñecas. Las pulseras están diseñadas para lograr resaltar las muñecas de las manos. Es por esta razón que hemos apuntado a reflejar un mensaje que encierre las diferentes temáticas que se abordaron durante el proyecto, así lograr una mayor atracción y a la vez que sea llamativo a los estudiantes.

### **Simbolismo de la Pulsera**

Desde lo sociológico, se dice que traer o utilizar estos accesorios, deberá estar regido por la imitación de determinados patrones de la sociedad o que determinados grupos lo determinan como forma de pertenencia.

En la sociedad actual la pulsera se utiliza como una forma de transmitir mensajes con lo que las personas se sienten identificadas e identificados, conoce o practican, dándole un uso simbólico de pertenencia para que las demás personas que l@s rodean se interesen en conocer el significado que conlleva la pulsera.

### **Cantidad de Pulseras:**

<b>Institución Educativa José Antonio Galán:</b>	<b>30</b>
<b>Institución Educativa Marco Fidel Suarez:</b>	<b>30</b>
<b>Colegio Ciudadela La Paz:</b>	<b>50</b>
<b>Institución Educativa El Encano:</b>	<b>120</b>
<b>Total Pulseras:</b>	<b><u>230</u></b>

## MENSAJE DE LA PULSERA

### X HOY CONSERVALOS

El mensaje simboliza la igualdad de género, teniendo derecho a decidir su presente “X HOY CONSERVALOS”, es decir, son libres y tienen los mismos derechos para tomar la decisión que ellos vean más conveniente.

Con este mensaje hacemos referencia a los múltiples significados que conlleva “X HOY CONSERVALOS”:

- X HOY CONSERVALOS la planificación familiar.
- X HOY CONSERVALOS la protección de enfermedades de transmisión sexual.
- X HOY CONSERVALOS la protección hacia la mujer.
- X HOY CONSERVALOS la igualdad de los derechos sexuales.
- X HOY CONSERVALOS la igualdad de género.

## INGREDIENTES

**POR (X)=** Esta palabra se la representara “con la letra X”, ya que es una forma de unir la palabra “consérvanos”. Hay que aclarar que la letra “X” también será representada por la letra “S” como lo verán más adelante.

**HOY** = Tiempo presente. El mensaje de la pulsera indica el tiempo presente, es decir; que no importa el pasado ni el futuro, solo importa lo que estamos viviendo ahora. El pasado ya pasó y lo que pensamos o lo que hicimos queda atrás, el futuro no ha llegado, todos sabremos decidir si lo hacemos o no. Lo importante de todo es lo que estamos presenciando, viviendo, pensando, haciendo y somos los únicos en saber qué decisión tomar. Es por eso la importancia de tener claro nuestro presente, ya que solo tenemos un momento para tomar nuestras propias decisiones.

**CONSERVALOS** = Temas tratados en el Proyecto Salud Sexual y Reproductiva Y Equidad de Género. Se trata que los niños y niñas conserven el conocimiento adquirido de las temáticas: embarazos no deseados, enfermedades de transmisión sexual, violencia intrafamiliar, maltrato hacia la mujer, derechos sexuales e igualdad de género.

Con respecto a lo anterior, motivaremos a los Líderes y Lideresas para que conserven las temáticas mencionadas resumidas a través de tres palabras que consideramos esenciales y que estarán en la pulsera. Es decir, cuando los líderes y lideresas porten la pulsera recordaran el mensaje por medio de las tres palabras que mirarán antes de ponerse la manilla. Estas palabras que generarán recordación en los líderes y lideresas son:

- **Voluntad:** esta palabra expresa la personalidad, la capacidad de la razón y la memoria de obtener una motivación que permita a la mente organizar un futuro con una línea de acción que ponga la capacidad de expresar un trabajo que culminará en un éxito.

Con la voluntad, la persona dota de capacidad para llevar acciones contrarias a nuestras tendencias inmediatas en un momento dado. Sin ella, no somos capaces de hacer lo que realmente se necesita, tampoco podemos conseguir los objetivos que planeamos.

La voluntad está relacionada con el respeto en las relaciones interpersonales comienza en el individuo. El respeto es la esencia de las relaciones humanas, de la vida en comunidad, del trabajo en equipo, de la vida conyugal, de cualquier relación interpersonal.

- **Decisión:** es la capacidad de tomar nuestras propias decisiones, por lo tanto es un concepto subjetivo. También se convierte en una opinión para aplicarla. Los líderes y lideresas de las instituciones intervenidas toman decisiones para su vida, a partir de las realidades y cultura que los rodea.

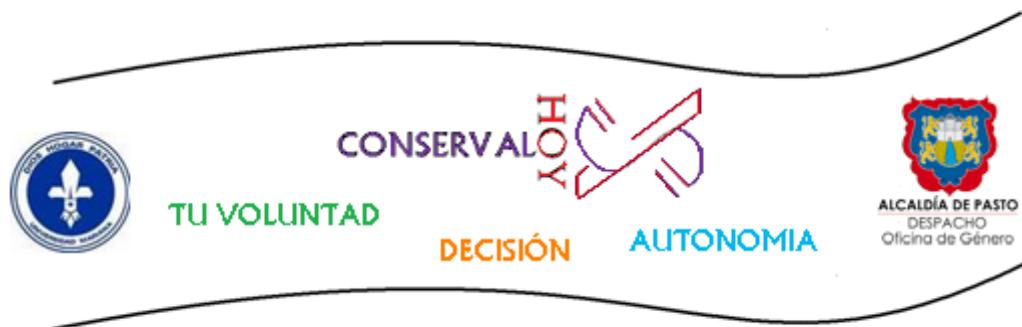
Lo que influencia una decisión es el conjunto de alternativas disponibles para que los líderes y lideresas tomen una decisión, así como los criterios de elección que éste aplique.

- **Autonomía:** se ha tenido en cuenta que esta palabra conserva la identidad de los líderes y lideresas, quienes son conscientes que siempre están en constante cambio y construcción de lo social, por lo tanto, estarán conectados deshaciendo vínculos pasados y creando nuevos conocimientos a partir de la realidad del tiempo presente.

El mensaje se lo debe leer de abajo hacia arriba.

El mensaje debe ir en letras mayúsculas porque indica un GRITO de alerta que genera mayor impacto al momento de leerlo; a la vez señala la urgencia de conservar la Política de Salud Sexual y Reproductiva e Igualdad y Equidad de Género.

## Diseño de la Pulsera



## Material de la Pulsera: Caugo

Actualmente se realiza la fabricación de miles de objetos hechos con caucho debido a sus impresionantes propiedades elásticas y resistencia ante sustancias como el ácido y las sustancias alcalinas. También es repelente al agua y funciona como un excelente aislante para la electricidad. Sin embargo se disuelve con mucha facilidad en sustancias tales como petrolatos, algunos hidrocarburos y bencenos. Las pulseras de caucho son la última moda y forman parte del círculo más prestigioso de la sociedad.

## Plan de Difusión de la Pulsera

Teniendo en cuenta que se trabajó con la generación Z nacidos en el año 1999 hasta el año actual en que vivimos; donde sus comportamientos, actuaciones y pensamientos son muy distintos a las anteriores generaciones X y Y, consideramos que fue necesario observar el entorno en que se desenvuelve y con las personas que los rodean para poder distribuir las pulseras de una forma dinámica y obteniendo resultados satisfactorios.

Al respecto, el primer paso para realizar la entrega de las pulseras es observar dónde los niños y niñas de las instituciones educativas municipales José Antonio Galán, Marco Fidel Suárez, Ciudadela de la Paz y El Encano, permanecen la mayor parte de su tiempo cuando están dentro del plantel educativo. Es por eso, que durante los dos años de trabajo se miró las actitudes del estudiantado en las cuatro instituciones, de igual forma el lugar dónde ellos permanecían en sus horas de descanso o recreo dentro del colegio.

Con lo anterior, percibimos en los Colegios José Antonio Galán, Marco Fidel Suárez y Ciudadela de la Paz, que los niños y niñas en sus horas de descanso y en sus ratos libres que están dentro de la institución educativa permanecen mayor

tiempo en el *patio central* del colegio. A diferencia en El Encano los estudiantes tienen que salir del plantel educativo para poder comprar sus desayunos y pasar un rato de descanso con sus compañeros. Ante esto en el Colegio El Encano la distribución se debe realizar en el *parque del corregimiento* que a la vez queda al frente de la institución educativa y es el lugar donde los niños y niñas permanecen en sus horas de descanso.

Es por eso que para la distribución, promoción y difusión de las pulseras se deben realizar en esos lugares que pensamos necesarios para poder reunir a todo el plantel educativo y explicarles a los líderes y lideresas sobre el significado y simbolismo que tiene y posee nuestra pulsera que la desarrollamos en conjunto con los investigadores del proyecto y los funcionarios de la Oficina de Genero de la Alcaldía de Pasto. Realizando así un concepto que envuelva todo lo aprendido con todas las capacitaciones, talleres, y actividades que se les brindó durante el trabajo de investigación.

Bajo esa perspectiva, en el momento de repartir las pulseras y explicar el significado de cada una con el propósito que los líderes y lideresas se conviertan en multiplicadores y difundidores de los talleres que se les capacitó, se debe tener en cuenta que la manera en que se reparte debe ser muy dinámica en la forma de dar la respectiva explicación de la pulsera, para que los niños no lo entiendan como una clase más que se les da o que no lo vean una actividad pedagógica porque se podrían aburrir y distraerse fácilmente.

En conclusión, las pulseras las llevarán los líderes y lideresas y que sus compañeros les llame la atención por preguntarles a ellos mismos de qué se trata y qué significan la pulsera que llevarán puesta. Ante esto, obtendremos una retroalimentación de los temas que se trataron en el proyecto con el objetivo que los niños y niñas sean responsables e incentivarlos y motivarlos a pensar en el tiempo presente para que tomen sus propias decisiones en cualquier momento que tengan con su pareja o personas que más les llame a la atención y logrando así una confianza por medio de la comunicación asertiva para que no les dé miedo opinar y tomar sus propias decisiones.

## CONCLUSIONES

- Los jóvenes de hoy en día son muy diferentes a los de antes, refiriéndose específicamente a la generación Z nacidos entre 1999 hasta el año actual en el que vivimos. Pues esta generación se diferencia a las anteriores generaciones X y Y en la forma de comportarse, pensar, actuar y relacionarse con las demás personas que los rodean. Estos jóvenes tienen conversaciones con personas mayores, interfieren en las charlas de sus padres y hasta pueden llegar a opinar en cualquier tema. Inclusive en la modernización y globalización de los medios de comunicación; por ejemplo el internet, como todos lo conocemos por medio de él los niños y niñas conocen el mundo y hasta llegan a tener conversaciones y hacer amigos con personas en cualquier lugar del planeta.
- Con la anterior perspectiva, se podrá decir que los jóvenes son muy diferentes a las anteriores generaciones en algunos aspectos, pero a pesar de todo siguen siendo los mismos a las generaciones X y Y en un tema que tiene mucha importancia en nuestra sociedad actual y es en la Salud Sexual Reproductiva y Equidad de Género. Es decir, los niños y niñas siguen siendo padres de familia a temprana edad, es por eso que en ese tema se parecen a las anteriores generaciones. Por ejemplo, si recordamos a nuestros abuelos en la mayoría de los casos fueron padres a temprana edad y los jóvenes de hoy en día lo siguen haciendo teniendo embarazos no deseados. De igual forma la equidad de género se sigue violentando y mostrando en los medios de difusión a una mujer desequilibrada.
- Al respecto, se propone que los medios de comunicación fomenten una sociedad equilibrada, y no estereotipada haciendo respetar los derechos de la mujer en todo aspecto. Así la comunicación se convierte en el eje en que analiza, evalúa y propone y no solamente se queda en el hecho de informar sino que a la vez realiza diferentes fines que tiene la misma como el de indagar, influir, intercambiar y relacionar.
- Bajo estas concepciones, nuestro trabajo de investigación plantea la importancia de promocionar y detectar desde la comunicación, cómo los líderes y lideresas de 14 a 19 años de edad de las Instituciones Educativas Municipales José Antonio Galán, Marco Fidel Suárez, Ciudadela de la Paz y el Encano; han comprendido e interpretado los talleres, capacitaciones y actividades que les brindó la Universidad Mariana en convenio con la Oficina de Género de la Alcaldía de Pasto.
- Ante ello, nosotros tenemos en cuenta que lo primero es conocer nuestro grupo de estudio por medio de la observación por ser un trabajo de campo, también el diario de campo, apoyado con estudio fotográfico y de

grabación. A la vez, realizando los tres talleres de comunicación y sexualidad, comunicación y género, comunicación y nuevas tecnologías; que nos sirvieron para conocer a los líderes y lideresas y poder interpretar lo que ellos aprendieron durante el proyecto de investigación.

➤ Para finalizar, nosotros no podemos juzgar a los niños o niñas que tiene hijos a temprana edad porque no conocemos el medio en que ellos se desenvuelven, su situación económica, familiar y social. Lo que debemos hacer es conocerlos e interpretar cómo se relacionan, actúan y piensan con las demás personas que están a su alrededor. Así lograr una mejor comunicación para llegarles a ellos con los mensajes que les queramos difundir y que no lo vean como algo pedagógico más, sino que lo entiendan de una forma en la que ellos utilizan en su vida diaria por medio del lenguaje y comportamientos que ellos emplean.

## 2.RECOMENDACIONES

- Por ser un trabajo que tiene continuidad se recomienda seguir con este proceso de investigación con la misma generación Z ya que si se deja pasar varios años las nuevas generaciones podrán tener diferentes comportamientos a los jóvenes de hoy en día.
- A la vez se considera seguir trabajando con el mismo grupo de estudio; es decir los líderes y lideresas de las instituciones educativas José Antonio Galán, Ciudadela de la Paz, Marco Fidel Suarez y el Encano vinculados al Proyecto Salud Sexual Reproductiva y Equidad de Género; ya que se ha venido conociendo y trabajando con los líderes y lideresas durante dos años.
- Para este trabajo de investigación es necesario contar con el suficiente presupuesto ya que las campañas de Salud Sexual Reproductiva y Equidad de Género para estas instituciones educativas deben tener bastante publicidad y promoción para lograr una buena retroalimentación, recordación y motivación entre los niños y niñas que pertenecen a estos planteles.
- Se debe tener en cuenta el cronograma que tiene cada institución educativa para poder asistir a las diferentes actividades que se tengan programadas y así no vallan a cometer el error de realizarlas cuando el plantel educativo este en vacaciones ya que se les puede atrasar el trabajo planeado.
- Al trabajar con los niños y niñas de estas edades lo primero que se debe hacer es conocerlos cómo ellos se comunican y se comportan con las demás personas y así los investigadores aprender a comunicarse con ellos para que no los vean como docentes ya que no se generaría la suficiente confianza y colaboración que se necesita para lograr una buena comunicación asertiva. Ante esto los investigadores podrían realizar un mejor trabajo y cumplir satisfactoriamente con todas las actividades que se tiene programadas con los niños y niñas de las diferentes instituciones municipales.
- Para finalizar y ante todo antes de empezar cualquier tipo de investigación en grupo, se debe escoger y conocer muy bien al equipo de personas con el que se trabajará durante un largo proceso de investigación para no tener inconvenientes o problemas más adelante.