



UNIVERSIDAD DE PINAR DEL RÍO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

TRABAJO DE DIPLOMA

Tesis en opción al título de Licenciatura en Comunicación Social

LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL COMO ALTERNATIVA PARA TRANSMITIR DE MANERA EFICIENTE TEMAS RELACIONADOS CON LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS).

AUTORA: Ana Marisol Casa Gualpa

TUTORAS: Lic. Carmen Milagros Contreras León

Lic. Elvia María Pérez González

PINAR DEL RÍO ABRIL 2010

PAGINAS DE ACEPTACIÓN

Facultad De Ciencias Sociales y Humanísticas

Departamento De Comunicación Social y Periodismo

Luego de estudiada la exposición de la diplomante Ana Marisol Casa Gualpa, así como las opiniones de las tutoras y del oponente del presente Trabajo de Diploma, el tribunal emite la calificación de ____ puntos.

Presidente del tribunal

Secretario

Vocal

Dado en la Universidad de Pinar del Río “Hermandos Saíz Montes de Oca” a los ____ días del mes de _____ del año 2010, “Año del 52 Aniversario del Triunfo de la Revolución”.

DECLARACIÓN DE AUTORIDAD

Declaración de autoridad.

Los resultados que se exponen en la presente tesis se han alcanzado como consecuencia del trabajo realizado por el autor y asesorado y/o respaldado por la Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Por tanto los resultados en cuestión son propiedad del autor y el Centro antes mencionado y solo ellos podrán hacer uso de los mismos de forma conjunta y recibir los beneficios que se deriven de su utilización.

Dado en Pinar del Río a los ____ días del mes ____ del año 2010, "Año del 52 Aniversario del Triunfo de la Revolución".

Firma del autor

DECLARACIÓN DE AUTORIDAD

Declaro que soy autor(a) de este Trabajo de Diploma y que autorizo a la Universidad de Pinar del Río, hacer uso del mismo, con la finalidad que estime conveniente.

Firma: _____



"[Inserte Nombre(s) y Apellidos del Autor]"

"[Inserte email del Autor]"

"[Inserte Nombre(s) y Apellidos del Autor]" Autoriza la divulgación del presente trabajo de diploma bajo licencia Creative Commons de tipo **Reconocimiento No Comercial Sin Obra Derivada**, se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que mantenga el reconocimiento de sus autores, no haga uso comercial de las obras y no realice ninguna modificación de ellas. La licencia completa puede consultarse en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/legalcode>

"[Inserte Nombre(s) y Apellidos del Autor]" autoriza al "[Inserte el Dpto.donde defendió]" adscrito a la Universidad de Pinar del Río a distribuir el presente trabajo de diploma en formato digital bajo la licencia Creative Commons descrita anteriormente y a conservarlo por tiempo indefinido, según los requerimientos de la institución, en el repositorio de materiales didácticos disponible en: "[Inserte URL del repositorio]"

"[Inserte Nombre(s) y Apellidos del Autor]" autoriza al "[Inserte el Dpto.donde defendió]" adscrito a la Universidad de pinar del Río a distribuir el presente trabajo de diploma en formato digital bajo la licencia Creative Commons descrita anteriormente y a conservarlo por tiempo indefinido, según los requerimientos de la institución, en el repositorio de tesinas disponible en: <http://revistas.mes.edu.cu>

AUTORIZACIÓN

Lic. Carmen Milagros Contreras León

Lic. Elvia María Pérez González

TUTORAS DE TESIS

CERTIFICAMOS

Haber revisado en forma acuciosa el informe final de la investigación y haber cumplido con los requerimientos académicos y reglamentarios de la institución. El presente esfuerzo investigativo se denomina: LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL COMO ALTERNATIVA PARA TRANSMITIR DE MANERA EFICIENTE TEMAS RELACIONADOS CON LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS). Por lo que autorizamos su presentación ante las instituciones pertinentes.

Lic. Carmen Milagros Contreras León

Lic. Elvia María Pérez González

PENSAMIENTO

PENSAMIENTO

"Yo soy yo y mi circunstancia", las personas somos lo que somos porque los acontecimientos que nos suceden a lo largo de la vida nos van marcando.

(José Ortega y Gasset)

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

El apoyo incondicional y desinteresado, recibido de las personas que han sido parte de mi vida me permite hacer extensivo mi agradecimiento.

En primer lugar a DIOS por ser el ser supremo que siempre guía mis pasos y que jamás me abandonará en el transcurso de mi existencia.

- A mis padres Plácido Casa y María Dolores Gualpa, por ser mis primeros maestros y forjar en mí valores que cada día se ven reflejados en mi formación personal y profesional, por su amor incondicional, la confianza y persistencia para que pueda alcanzar mis metas.

- A mis hermanas Patricia, Lourdes, Bertha, Verónica, Fanny y Silvia, por el apoyo físico y espiritual que me demostraron a cada momento y formaron en mí la actitud de responsabilidad y respeto, fueron la base fundamental para tomar la decisión de ser una profesional.

- A mis cuñados, porque gracias a ellos aprendí que la vida no solo es tristeza sino también felicidad.

- A mis sobrinos, por ser las personitas que me han impulsado a seguir más allá de los límites.

- A mis maestras de la Escuela Fiscal de niñas “Diez de Agosto”, quienes con su paciencia empezaron con mi preparación para la vida estudiantil.

- A mis profesores del Colegio Nacional “San José” de Guaytacama, por sus conocimientos, consejos e impulso a un nuevo escalón hacia la educación superior.

- A la Universidad Técnica de Cotopaxi, de manera en especial a mis maestros de la Carrera de Comunicación Social, la Carrera de Ingeniería en Sistemas y al Grupo de Teatro Aquelarre, por forjarme como profesional y creer en mis capacidades.

- *A la Universidad “Hermanos Saíz Montes de Oca” de Pinar del Río, Cuba, especialmente al departamento de Comunicación Social y Periodismo, y al departamento de Extensión Universitaria por la gran acogida y apoyo recibido.*
- *A mis tutoras, Carmen Milagros Contreras León y Elvia María Pérez González, por su profesionalismo, el cariño, el aprecio y el tiempo dedicado para la elaboración del presente trabajo de tesis.*
- *A Manuel, coordinador de las ITS en el departamento de Extensión Universitaria, por su buen ánimo y sentido de colaboración para con el proceso de mi tesis.*
- *Al Centro SIDA, bajo la coordinación de Barbarita y su promotor de salud, por el apoyo brindado para la capacitación y desarrollo de la presente investigación.*
- *A mis amigos y amigas, por la confianza que han depositado en mí, los ánimos y el apoyo que siempre he recibido en buenos y malos momentos.*
- *Al mis compañeros y compañeras de este viaje inolvidable, por su colaboración desinteresada para desarrollar mi investigación.*
- *A todas las personas, niños, jóvenes y adultos, profesionales y no profesionales que se han cruzado en mi camino, de quienes he aprendido que la vida depende de nuestras propias decisiones.*
- *A una persona muy especial, quien siempre compartió su tiempo, para escuchar mis problemas, mis éxitos, mis anhelos y de la cual recibí buenos consejos y enseñanzas que siempre llevaré en mi corazón y es además la mejor referencia para continuar creciendo como profesional y como persona.*
- *A todos gracias por existir y ser parte de la alegría de mi vida. Yo sonrío porque amo lo que tengo, lo que soy y no dejaré de hacerlo. Aunque parta de este mundo continuaré siendo feliz.*

DEDICATORIA

DEDICATORIA

A mis padres, mis hermanas, mis cuñados, mis sobrinos y sobrinas, por el infinito amor y apoyo que nos tenemos. Este es el resultado de un trabajo en el cual todos pusieron su granito de arena. Trabajo que se está reflejando en los éxitos que he conseguido, el cual dio inicio a que sus sueños y anhelos se vuelvan reales.

RESUMEN

RESUMEN

La sociedad contemporánea enfrenta retos que abarcan disímiles aspectos de la vida diaria. Entre ellos se encuentra el alto índice de infecciones de transmisión sexual, el cual se incrementa cada vez más y fundamentalmente entre los jóvenes, por no saber proyectar su sexualidad de modo responsable y seguro. Como eslabón certero y propicio para encauzar dichas actitudes se incluyen los medios de comunicación masivos, actuando como mediadores para con la sociedad y siendo a la vez portavoces de una postura ética y determinante en cuanto a salud sexual. Por esta razón, y mediante el uso de herramientas de comunicación, se pretende brindar alternativas que ayuden a la solución de este acuciante problema, tomando como muestra a uno de los grupos mayoritarios de riesgo, que es en este caso los jóvenes, los cuales están expuestos y son los más propensos a cualquier tipo de infecciones al no proteger su sexualidad debido a varios factores como los que se encuentra el hecho de estar desinformados sobre la misma.

La presente investigación está encaminada a brindar orientación sobre una sexualidad segura y responsable, insertando a los jóvenes ecuatorianos de la Universidad "Hermanos Saíz Montes de Oca" de Pinar del Río, Cuba, utilizando los medios de comunicación, en especial la radio, como herramienta para llevar a cabo una campaña voluntaria de prevención sobre las infecciones de transmisión sexual, educando sobre los riesgos que corren al no practicar sexo seguro y elevando el nivel de reflexión, difundiendo la información pertinente y oportuna. De ese modo quedará en evidencia el compromiso de los medios de comunicación para con la sociedad.

Palabras claves.- infecciones de transmisión sexual; campaña de prevención; medios de comunicación; grupos de riesgo; sexualidad responsable.

SUMMARY

SUMMARY

The contemporary society faces challenges that embrace dissimilar aspects of the daily life. Among them can be mentioned the high index of sexually transmitted infections, which is increased at a high rate nowadays, especially among young people because of their irresponsible behavior towards sexuality, without taking into account how to project it in a sure way. As a good link and appropriate channel to improve this attitudes there are included the mass media, acting as mediators towards society and at the same time ambassadors of an ethical and decisive posture for acquiring knowledge about an adequate sexual life. For this reason, and by using some communication tools as a prior alternative that may help to solve this pressing problem, was taken as a sample one of the groups at risk that is in this case the young people, which are most alike to suffer this kind of infections when practicing a not protecting sexuality due to several factors like being misinformed about that topic.

The recent investigation intends to offer a confident orientation towards a responsible sexuality in young people, inserting the Ecuadorian students of the University "Hermanos Saíz Montes de Oca" of Pinar del Río, Cuba, using the mass media, especially the radio, as an outstanding and convenient tool for carrying out a voluntary campaign for prevention on the infections of sexual transmission, educating about the risks that may run when not practicing sure sex and elevating the reflection level, diffusing the pertinent and opportune information. That way it will stand as an evidence about the commitment of the media towards society.

Key words. - Sexually transmitted infections; prevention campaign; mass media; groups at risk; responsible sexuality.

ÍNDICE

ÍNDICE

Contenido	Pág.
Resumen	
Introducción.....	1
Capítulo I: Fundamentación Teórica	
1.- La comunicación.....	7
1.1.- Elementos de la comunicación.....	7
1.2.- Funciones de la comunicación.....	8
1.3.- Comunicación y lenguaje.....	8
1.4.- Comunicación educativa.....	9
1.5.- Herramientas de comunicación.....	9
2.- Comunicación social.....	10
2.1.- Ética de la comunicación social.....	11
2.2.- Moral de la comunicación social.....	12
3.- Comunicación institucional.....	12
3.1.- Comunicación institucional en la historia.....	12
3.2.- Características de la comunicación institucional.....	13
3.3.- Fases de la comunicación.....	13
4.- Comunicación pública.....	14
5.- Público.....	14
5.1.- Públicos internos.....	15
5.2.- Públicos externos.....	15
6.- Medios de comunicación.....	15
6.1.- Caracterizando los medios.....	16
6.2.- Objetivos de los medios de comunicación.....	16

6.3.- El derecho a estar informados.....	16
7.- Medios de comunicación de masas.....	17
7.1.- Tipos de medios de comunicación de masas.....	17
8.- La radio.....	18
8.1.- Características de la radio.....	18
8.2.- Ventajas de la radio.....	19
9.- Campañas.....	20
10.- Infecciones de transmisión sexual.....	21
10.1.-Pruebas de las ITS.....	23
11.- prevención.....	23
12.- los preservativos.....	24
13.-Promoción.....	25
14.- Juventud.....	26
15.- Adolescencia.....	26
15.1.- Características de la adolescencia.....	27
15.2.- Aspectos psicológicos de la adolescencia.....	27
Capítulo II: Aspectos metodológicos de la investigación	
Marco referencial.....	30
Características metodológicas.....	32
Análisis de los resultados.....	36
Plan de temas.....	41
Conclusiones.....	44
Recomendaciones.....	46
Bibliografía.....	48
Anexos.....	53

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN:

Desde hace varios años la sociedad ha sufrido cambios, ya sea en los aspectos económicos, políticos, sociales, culturales. Los seres humanos han tenido que adaptarse a dichos cambios, aunque la juventud ha asumido los mismos de una forma diferente a la de los adultos. Uno de los aspectos esenciales en que la sociedad contemporánea ha enfrentado retos verdaderamente demandantes son los relacionados con el incremento de las infecciones de transmisión sexual en los jóvenes. La sexualidad, como dimensión de la personalidad debe ser objeto de un proceso consciente donde la información, la formación y el desarrollo de valores en materia sexual brinden a los jóvenes los elementos necesarios para asumir su vida positiva y responsablemente. El ser humano es sexuado desde que nace hasta que muere. Su sexualidad es el reflejo de las condiciones de vida. No se concibe el desarrollo humano sin la vivencia de su sexualidad plena, sana, placentera, responsable. Por ello, la educación de la sexualidad debe ser responsabilidad absoluta de los gobiernos. La promoción de salud sexual ha sido poco abordada, esto ha traído como resultado que las estrategias desarrolladas no respondan al análisis de la situación y queden sin respuesta varias interrogantes sobre el desarrollo de una sexualidad sana. Por tal razón esta investigación se centra en la actitud de los jóvenes con relación a un tema tan controversial e importante, cuyo impacto se ve reflejado y afectado en su comportamiento y actitud ante la vida: las Infecciones de Transmisión Sexual.

Las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS) son aquellas que se transmiten principalmente por relaciones sexuales desprotegidas con una persona infectada. Tienen consecuencias médicas y psicológicas graves para millones de hombres, mujeres y niños en el mundo. Se estima que a nivel mundial 340 millones de casos nuevos de infecciones de transmisión sexual ocurren cada año.

Las armas más importantes contra las Infecciones de Transmisión Sexual son: prevención, información y orientación, elementos imprescindibles para una

sexualidad responsable, las cuales reducirían considerablemente el riesgo de transmisión si estas son tomadas como medidas oportunas y a tiempo.

Por tal razón, se plantea una propuesta estratégica que tiene como fin garantizar que la comunicación sea una efectiva herramienta que permita una excelente transmisión del mensaje. Una buena comunicación, con un mensaje bien estructurado, posibilita receptarlo adecuadamente.

Las herramientas de comunicación que servirán de apoyo, para respaldar la ejecución de las campañas son: la radio, tablón de anuncios, murales, reuniones aleatorias, foros de discusión, los cuales serán de gran importancia en la integración de los jóvenes. La comunicación social es una actividad propia de los seres humanos, permitiendo la percepción de mensajes que después de ser procesados provocan reacciones. Lo que se busca con el uso de las herramientas de comunicación es influir en las opiniones, actitudes y conductas de los jóvenes sobre las consecuencias que traen consigo las relaciones sexuales sin protección, para lo cual la comunicación interna y externa será indispensable. La presente investigación estará dirigida a públicos internos y externos:

El público interno estará principalmente conformado por los jóvenes estudiantes que son el sector más vulnerable ante el peligro de las (ITS), y el público externo lo constituirá la sociedad. (Instituciones que se encuentran vinculadas con la educación)

En el período enero- marzo de 2010 se elaboró y se puso en práctica una campaña de prevención sobre las ITS, con la ayuda de las herramientas de comunicación social. El trabajo fue realizado con 28 estudiantes ecuatorianos que se encontraban en la Universidad de Pinar del Río para recopilar la información y realizar el respectivo análisis. Esta investigación se vuelve indispensable ante el desconocimiento de los jóvenes sobre las consecuencias que trae consigo las relaciones sexuales sin protección, aspectos que posteriormente conllevan a problemas sociales tales como la deserción y la discriminación.

Objeto de estudio

La promoción de una sexualidad responsable, mediante una campaña de prevención, como vía para la disminución de las ITS.

OBJETIVO GENERAL:

Fundamentar la necesidad del empleo de determinadas herramientas de comunicación, particularizando en la radio estudiantil, favoreciendo la promoción de una adecuada sexualidad como vía para la disminución de las ITS, en la Ciudad de Latacunga, Ecuador, por la repercusión que tiene en el incremento de la calidad de vida de adolescentes y jóvenes, potenciando así la responsabilidad en sus relaciones sexuales.

Objetivos específicos

- Proponer un plan de temas que propicien una promoción aceptada por los jóvenes con relación a una sexualidad responsable que repercuta en su calidad de vida, utilizando la radio estudiantil.
- Explicar los factores de riesgo que inciden en la sexualidad de adolescentes y jóvenes, provocando un incremento de las ITS.

Preguntas de investigación.

¿Cómo lograr niveles de satisfacción a partir de los temas escogidos para la radio estudiantil en adolescentes y jóvenes?

¿Cómo el empleo adecuado de la radio estudiantil permite la transformación en los modos de actuación y la responsabilidad sexual de adolescentes y jóvenes?

¿Cómo se evidencian las manifestaciones responsables de estos jóvenes y adolescentes a partir del conocimiento que adquieren con el impacto de las radios estudiantiles?

Tareas de investigación:

- Sistematizar actividades sobre temas de educación sexual

- Proveer de material informativo sobre las ITS y sexualidad responsable.
- Utilizar los espacios que brinda la radio estudiantil como mediador social para una educación sexual responsable.

Problema:

La necesidad de una orientación responsable de adolescentes y jóvenes de la ciudad de Latacunga, Ecuador, a temas referidos a infecciones de transmisión sexual para contribuir al desarrollo de hábitos y estilos saludables de vida.

De manera general el presente trabajo de diploma está enmarcado en dos capítulos.

El primero incluye la fundamentación teórica y parte de conceptos principales como: comunicación social, herramientas de comunicación, campaña, públicos interno y externo, adolescencia, promoción, prevención, infecciones de transmisión sexual, que vienen a ser la base fundamental para realizar esta investigación.

El segundo capítulo abarca la metodología de la investigación. El mismo permitió valorar los factores de riesgo que inciden en el incremento de las infecciones de transmisión sexual. Trabajo investigativo que fue aplicado a los jóvenes ecuatorianos que se encuentran en la Universidad de Pinar del Río, Cuba. Además proponer temas para la promoción y prevención de las ITS-VIH-SIDA, con la utilización de la radio estudiantil como medio de comunicación esencial en este tipo de labor.

Para ello se emplearon los siguientes métodos teóricos: etnográfico, conversacional y técnicas consideradas como métodos empíricos de investigación (encuesta y grupo de discusión), que facilitaron la evaluación en cuanto al grado de conocimiento que tienen los jóvenes sobre las ITS.

Método etnográfico. Se aplicó para conocer y estudiar aspectos de la realidad dentro del contexto social, así como analizar los factores de riesgo que dan origen al incremento de las ITS

Método conversacional. Permitió captar a través de soporte audiovisual las conversaciones que mantenían los estudiantes y la actitud que adoptan al tratar temas sobre sexualidad e interactuar entre sí y con los demás. Dichos materiales audiovisuales fueron realizados en escenarios naturales en un ambiente de compañerismo.

Método participativo.- Se empleó este método para que los jóvenes puedan intervenir en la investigación, ya que su participación dio realce al mismo.

La encuesta: Fue aplicada para recolectar información y constatar el grado de conocimiento que poseían los estudiantes ecuatorianos sobre las ITS, además de encontrar el factor de riesgo que incide en el incremento de las ITS.

Grupo de discusión: Esta técnica sirvió para reunir a los estudiantes y conocer a fondo sus inquietudes sobre las ITS, e informarles sobre los temas antes mencionados.

La **novedad** de este trabajo radica en que permitirá proponer los temas que serán pertinentes tratar en el programa de radio, mediante un plan previamente determinado, el cual será establecido dentro de la ejecución de la campaña dirigida a los estudiantes ecuatorianos en la Universidad de Pinar del Río, Cuba. Resulta **pertinente** la investigación porque permite realizar por vez primera una campaña voluntaria que va dirigida a un grupo de jóvenes ecuatorianos en esta provincia. Cabe destacar que la presente investigación repercutirá positivamente, estableciendo un punto de partida para la producción de programas radiales sobre la prevención de las ITS, proyecto que podrá ser empleado en la comunidad estudiantil ecuatoriana o en cualquier parte de mundo. De ahí su **actualidad**, sirviendo como material de consulta para posteriores investigaciones.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

Fundamentación Teórica:

DESARROLLO:

MARCO TEÓRICO:

1.- LA COMUNICACIÓN.- Comunicar, quiere decir, hacer común. Su etimología proviene del latín communis y nos plantea de entrada una interrogante sobre el sentido de su uso actual. La palabra comunicación suele emplearse para designar fenómenos de interrelación humana, generalmente vinculados al complejo tecnológico de los medios de masivos: prensa, cine, radio, televisión, espectáculos.

La comunicación, como fundamento de la interacción social, es el mecanismo que ha hecho posible la existencia de lo que llamamos sociedad. Es el principio básico de la organización social y requisito indispensable para establecer sus relaciones. Todo ello pone de manifiesto que la comunicación es un proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común, de vincular. Desde esta perspectiva, hablar de comunicación supone acercarse al mundo de las relaciones humanas, de los vínculos establecidos y por establecer. El mundo de los seres humanos es un mundo de comunicación, pues a pesar de ser un ciclo inherente a todos los seres vivos tiene la peculiaridad de que, en los primeros existen mayores ámbitos de especificación en cada uno de sus factores.

1.1-Elementos de la comunicación.- En todo acto de comunicación existen los siguientes elementos:

- **Emisor:** el que comunica un mensaje.
- **Receptor:** el que recibe e interpreta el mensaje del emisor.
- **Mensaje:** la comunicación transmitida del emisor al receptor.
- **Código:** sistema utilizado por el emisor para construir el mensaje y por el receptor para entenderlo (la lengua española, el código de circulación, etc.).

- **Canal:** medio por el que se transmite el mensaje (aire, teléfono, televisión, etc.).

1.2.- 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 la formación de hábitos, 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.
- **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

1.3.-Comunicación y lenguaje.- Para posibilitar el acto comunicativo, ha surgido multitud de códigos, entre los que destaca el lenguaje como el más rico, complejo y elaborado. El lenguaje constituye una forma de actuación, una teoría de la actividad verbal. Por consiguiente se establece que el lenguaje es la facultad que tiene todo ser humano para comunicarse mediante signos fónico-acústicos, estructurados y producidos de manera consciente, constituidos en una totalidad por conjuntos de sistemas integrados en las distintas situaciones de la comunicación en que se producen los actos del habla. Caracterizado por ciertos rasgos: es universal e inmutable, y abstracto en el sentido de que no tiene una

forma definida, porque esa forma se la da cada lengua. El hombre, al comunicar, está instalado en el lenguaje y desde él se comunica, por lo cual en el lenguaje radica la base de la comunicación humana, constituyendo el vehículo privilegiado de la interacción social.

1.4.- Comunicación educativa.- Cuando se realiza comunicación educativa se procura, de una u otra manera, un resultado formativo. Se reproducen los mensajes para que los destinatarios tomen conciencia de su realidad, o para suscitar una reflexión, o para generar una discusión. Se conciben, pues, los medios de comunicación como instrumentos para una educación popular y alimentadores de un proceso educativo transformador

1.5.- Herramientas de comunicación:

Primer nivel: de gran importancia y de uso permanente

Radio.- Es un medio muy efectivo si se emplea adecuadamente, teniendo en cuenta que tiene un uso masivo, y puede ubicar con facilidad segmentos estrechos de públicos. Además tiene gran movilidad, inmediatez y se adapta rápido a los cambios.

Boletín Informativo.- Consiste en una pequeña publicación mensual en donde se puede encontrar información de acontecimientos importantes o novedades

Cartelera.- Este ancestral, pero efectivo medio de comunicación, se debe colocar en un lugar de tránsito del personal. Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Es imprescindible que su contenido esté 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.

Segundo nivel: de importancia y de uso esporádico

Jornadas de puertas abiertas.- Es una herramienta efectiva para el intercambio profesional entre los públicos internos y de éstos con los externos. Facilita el

acceso de la sociedad al interior de una institución lo que propicia el reforzamiento de una imagen de notoriedad de la institución

Folletos.- Sobre temas particulares, se pueden diseñar sencillos y prácticos trípticos para el personal en el contexto de campañas de concientización.

Buzones de sugerencias.- Permiten que todos los integrantes de la organización se expresen con libertad y puedan transmitir a los niveles superiores sus inquietudes y expectativas. No se tienen en cuenta los mensajes anónimos.

Se deben seguir tres directrices fundamentales para diseñar el sistema de sugerencias:

- Tener un Comité de evaluación de sugerencias.
- Aplicar las sugerencias que se acepten y dar un agradecimiento a la persona que la haya realizado
- Estimular a los que participen con sugerencias que beneficien la gestión de la institución.

Cartas 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 en el remitente. Por ello, se aconseja realizarlas de forma personalizada y no en forma múltiple con un destinatario común.

2.- COMUNICACIÓN SOCIAL.- La comunicación social es algo tan antiguo como el ser humano, desde el uso de objetos naturales y artificiales como soporte material de transmisión de datos o mensajes con intención de memoria, pasando por la fase histórica o de representación de objetos y de situaciones cotidianas a través de la pintura rupestre con fines mágico religiosos, y por la fase ideográfica o de asociación de símbolos pictográficos, como objetos, acciones e ideas (lenguaje jeroglífico) hasta la fase fonética o de representación del sonido articulado del lenguaje oral a partir de la invención del alfabeto (Fenicia 3 000 a. Cristo) el

hombre de la prehistoria manifestó la necesidad de desarrollar sus habilidades de comunicación inherentes a su esencia social. Por consiguiente, la comunicación social constituye un conjunto de señales al servicio de la formación y conservación del grupo social, instaurándose como un proceso emergente en el modo de civilización, además de representar una condición fundamental para la participación ciudadana. Los seres humanos se hacen dependientes de este sistema de orden superior, con cuyas condiciones pueden elegir los contactos con otros seres humanos. Este sistema de orden superior es el sistema de comunicación llamado sociedad (**Luhmann, 1993**).

Todo lo que es comunicación es sociedad, por lo que la comunicación social puede concebirse como la interacción mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus conductas frente al entorno, se adaptan a él. Es el proceso básico para la construcción de la vida en sociedad, un mecanismo activador del diálogo y de la convivencia entre sujetos sociales, un sistema emergente en el proceso de civilización en el que la construcción cognoscitiva del sujeto se produce por la interacción con el medio ambiente. Así, la comunicación es fundamental en toda relación social.

Entre los factores imprescindibles para que exista una buena comunicación es preciso mencionar dos:

Empatía: Definida como proyección en la personalidad de otros, el desarrollo de tal facultad sería el proceso a través del cual se llega a las expectativas y anticipaciones de estados psicológicos del hombre.

Retroalimentación: También se llama información de retorno, puede definirse como el proceso por el cual la reacción producida por la percepción e interpretación de un mensaje, de alguna manera llega a ser conocida por el emisor y por lo mismo es captada por éste como respuesta.

2.1.- Ética de la Comunicación Social.- Entendida como la filosofía de la praxis comunicativa y ciencia teórico- práctica cuyo objeto es la fundamentación de una

acción-reflexión tendiente al logro de una comunicación humana, que sea factor de convivencia de desarrollo integral de las personas y la sociedad.

2.2 Moral de la Comunicación Social

En este orden de ideas, se concibe la comunicación social en el sentido de una forma determinada, identificable, histórica y culturalmente de practicar y vivir los procesos de interacción social productiva y preceptora de mensajes con sus motivaciones y consecuencias específicas, con referencia a unos valores éticos que corresponden a una particular concepción del mundo y del hombre

3.- COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.- La comunicación Institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

3.1- Comunicación institucional en la historia.- La comunicación institucional ha existido desde que existen instituciones, desde que el hombre se organizó con sus semejantes para alcanzar un objetivo común. Ciertamente la comunicación ha evolucionado con la historia y es diversa la que realizaban las tribus nómadas que unían esfuerzos para la caza de la que tenía lugar en sociedades más desarrolladas como la del Antiguo Egipto o Grecia. Conforme las sociedades evolucionaron, en su seno se crearon instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensa, comerciales, religiosas, políticas, culturales. Esas instituciones tenían un puesto en la sociedad y proponían ideas, modos de gobernar, valores. En los siglos XIX-XX, el enorme desarrollo económico-industrial y los adelantos científicos provocaron el descubrimiento de nuevos medios de comunicación con un potencial de difusión extraordinario: primero la radio, después la televisión y más adelante la tecnología digital o Internet. Estos medios configuraron una nueva sociedad, la sociedad de la información, dando vida a una cultura global y situando a los medios de comunicación en el centro del debate

político, religioso, comercial e ideológico de todo el siglo XX. El carácter masivo de los medios de comunicación provocó que en algunos países se utilizaran como medios de manipulación a gran escala durante la I y II Guerra Mundial. La comunicación institucional tiene por tanto muchos y variados antecedentes históricos, pero en cuanto disciplina se ha desarrollado especialmente desde mediados del siglo XX, muy unida a la comunicación de empresas comerciales: éstas comenzaron a vender sus productos a gran escala especialmente en Estados Unidos y vieron la oportunidad de comunicar con sus clientes de un modo masivo a través de las múltiples fórmulas comunicativas que ofrecían los nuevos medios. Lo que hace positiva o negativa una comunicación institucional es la identidad de la institución y los valores que defiende, el mensaje que transmite, el modo en que lo hace, la finalidad.

3.2.- Características de la comunicación institucional

-La comunicación institucional tiene un carácter dialógico porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.

- No puede separarse la identidad de una institución, sus valores, del modo de comunicar. Su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación.

- Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad y su comunicación debe tener muy en cuenta esa responsabilidad.

3.3.-Fases de la comunicación institucional

- **Investigación:** es el estudio en profundidad de la institución y de los públicos con los que se relaciona, para detectar las carencias, las capacidades competitivas, los desafíos futuros y las posibles oportunidades

-**Programación:** creación de una estrategia comunicativa desarrollada en un periodo, tomando como base la información recogida en la fase anterior.

-Realización: es la puesta en marcha efectiva de la estrategia programada, de acuerdo con los objetivos trazados.

-Evaluación: es la valoración de los resultados obtenidos, confrontándolos con los iniciales objetivos del programa, en función de unos criterios establecidos previamente.

4.- COMUNICACIÓN PÚBLICA.- Es todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas.

La idea de la comunicación pública nace de la pregunta acerca de la relación que hay entre comunicación y política, entendiendo esa relación mediada por dos conceptos; por un lado el concepto de lo público y por el otro el concepto de la política como construcción de conciencias. En la esencia de esta idea de la comunicación pública está la certidumbre de que la comunicación es un bien público y que la información es otro bien público, y que es precisamente la apropiación hacia el interés individual de estos dos bienes públicos lo que hay que tratar de desenredar. Cuando se entiende esa naturaleza colectiva, pública de la comunicación y deja de obedecer a un propósito particular, cambia la intención, se comunica con otra intención, con una intención colectiva, y esto obliga a replantear todos los roles, a mirar de otra manera el papel que cumplen los sujetos que interactúan en la comunicación colectiva. Y ese comunicar colectivo en función de un interés colectivo a lo que apunta es hacia lograr la movilización.

5.- PÚBLICO.- Las masas como público. Algunos escritores consideran al gran público como algo mítico y poco realista. Robert O 'Hará, por ejemplo, en su libro *Media for the millions*, llama al público masivo una de las grandes falacias de la comunicación de masas. En varios de sus libros Ayn Rand afirma que los miembros individuales del público son reales, pero los públicos masivos son irreales. A pesar de tal escepticismo, muchas personas consideran que el concepto de gran público tiene razón de ser y tal vez es la clase de público en que más se piensa cuando se habla de público masivo. Los miembros de este público

general y amorfo no se sienten relacionados con otros miembros con los cuales tienen poco o nada en común. Entran en contacto con los medios de comunicación de una forma atomizada y personal sin tener una sensación de compañerismo con los demás. En este sentido los miembros del gran público son más independientes o individualistas en su contacto y en su respuesta a los medios masivos de comunicación que el segundo tipo de público masivo. El público especializado, a pesar de que está disperso y hasta cierto punto es anónimo y heterogéneo, está compuesto por personas que sí tienen intereses comunes y orientaciones políticas e ideológicas semejantes que los llevan a buscar mensajes similares. Pueden estar relacionados con ciertas características psicológicas como el deseo de verse libres de la autoridad. Gustavo Le Bon llamó a esos grupos multitudes psicológicas, las cuales no están necesariamente localizadas en algún lugar, pero tienen motivaciones similares. Para el autor las masas crean un movimiento colectivo que es irracional y violento; plantea un miedo hacia las masas.

5.1.- Públicos Internos, están conformado por las personas que se encuentran directamente vinculadas a la institución en virtud de que la constituyen a manera de componentes individuales.

5.2.- Públicos Externos, son aquellos individuos o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo del sistema organizativo.

5.3.- El papel de las audiencias, Los teóricos de los medios se dividen en dos grupos a la hora de considerar el papel de las audiencias:

Las audiencias son entes pasivos

Las audiencias son usuarios activos

Los espectadores son objetos de consumo en manos de los medios, que los utilizan para vender la publicidad que sostiene al propio medio.

Las audiencias hacen elecciones en función de la probabilidad de que un medio satisfaga sus necesidades

6.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN.- Son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a un gran número de receptores a través de diferentes técnicas y

canales. Los medios de comunicación son imprescindibles tanto para transmitir información como para adquirir conocimientos culturales. Unas veces, encontramos la información escrita en papel (periódico); otras veces, la escuchamos (radio), o simplemente nos llega de forma visual (televisión).

El desarrollo de las comunicaciones significa progreso y poder, pero no alcanza a todos los países por igual.

Es importante puntualizar que los medios de comunicación son instituciones históricamente determinadas y, por tanto, responden a una sociedad concreta, aunque pueden mantener cierta autonomía, pues desempeñan un papel importante en la construcción social de la realidad, es decir, construyen gran parte de la imagen del mundo en que se vive y proveen a los individuos de marcos de interpretación de esa realidad. También son agentes formadores de la opinión pública al legitimar ideas y opiniones y excluir otras. Son así mismo constructores y canalizadores de un universo simbólico conceptualizado como cultura masiva, sobre la que se ha generado un gran debate social.

6.1.- Caracterizando los medios.

- El emisor suele ser un equipo o una organización
- Los medios se someten a la economía de mercado, formando parte de una industria
- El trato a los receptores como una masa homogénea.

6.2.-Objetivos de los medios de comunicación

- Crear audiencia.
- Crear un público potencialmente comprador.
- Crear conciencias.
- Diseñar o mantener un determinado orden social.
- Informar
- Entretener

6.3.- El derecho a estar informados.- En la Constitución de todos los países democráticos se reconoce y protege el derecho a 'expresar y difundir libremente

los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción'.

7.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.- Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos. Comenzaron a desarrollarse hace más de cien años, con la aparición de cuatro inventos fundamentales: el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión. Desde entonces los medios de comunicación tradicionales son la televisión, la radio y la prensa. Se usan en todo el mundo y se les suele llamar medios de comunicación de masas o mass-media porque transmiten los mismos mensajes a millones de personas a la vez. Estos tres medios de comunicación influyen mucho en el comportamiento individual y social, pues crean una cultura, unos valores y unas pautas de consumo que pueden llegar a dictar lo que está bien o lo que está mal, qué se debe comprar y dónde, etc. Los periódicos y las cadenas de televisión suelen estar en manos de grandes empresas privadas o estatales, por lo cual 'la información es poder'.

7.1.- Tipos de medios de comunicación de masas.

Televisión.- Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Sus principales ventajas son: Buena cobertura de mercados masivos; costo bajo por exposición; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos.

Radio.- Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.

Según Lamb, Hair y McDaniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido.

Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en

comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez.

Periódicos.- Son medios visuales masivos. Sus principales ventajas son: Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta.

Revistas.- Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios.

Internet.- Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales.

8.- LA RADIO.- La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos. En 1910, De Forest transmitió por primera vez una ópera desde el Metropolitan Opera House de Nueva York. En 1920 se crearon varias emisoras o estaciones de radio en Estados Unidos, y en 1923 se fundó en el Reino Unido la British Broadcasting Corporation (BBC). En 1925 ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo. En la actualidad, casi todos los hogares de los países desarrollados disponen de radio.

8.1.- Características de la radio:

- **Es amistosa:** La radio acompaña a todo tipo de personas. Su variada programación y su presencia universal en receptoras que van desde el poderoso equipo de sonido hasta la radio a pilas o el "personal", permiten que la radio sea el medio más cercano a las personas.
- **Está en todas partes:** Casi no existen lugares donde no haya por lo menos un receptor de radio. En muchos de ellos hay una radio en cada habitación de la casa. Prácticamente todos los automóviles están equipados con radio.

- **Es el medio más personal:** Las personas se relacionan con la radio de una manera mucho más cercana que con otros medios. Identifican sus estaciones y saben cómo encontrar sus programas favoritos.
- **Es parte de la comunidad:** La radio se integra estrechamente a la comunidad a la que pertenece. Ya sea en una gran metrópolis o en un pequeño pueblo, la radio asume un rol protagónico como medio de información local y como canal de expresión. La gente percibe la radio como un miembro de la comunidad que representa y en ella ve reflejados sus intenciones, su cultura y sus valores. Como medio local, la radio ofrece un gran servicio para promover y dar a conocer los eventos de la zona, entregar servicios a la comunidad y en muchos casos reemplazar la falta de otros medios para enviar mensajes familiares.
- **Está orientada a audiencias específicas:** Con una amplia gama de programas, la radio cubre los intereses de toda la comunidad y resulta fácil de identificar cuáles son los espacios preferidos para cada segmento social de la comuna o ciudad.
- **Es el medio más interactivo:** La radio invita permanentemente a sus auditores a emitir sus opiniones y a participar en un diálogo activo a través de llamados telefónicos y cartas.
- **Es el medio de mayor credibilidad:** Muchas encuestas confirman esta característica de la radio, de que es el medio de mayor credibilidad. Ya sea por la gran cantidad de emisoras que la representan, por el pluralismo de sus participantes o por la variedad de opiniones y tendencias que encuentran espacio en ella, nuevamente, la radio es el medio de mayor credibilidad

8.2.- Ventajas de la radio

- Inmediatez del mensaje
- Rapidez de la comunicación
- Poder de investigación
- Incentiva la imaginación

- Programación personalizada
- Medio amigable, establece lazos con el radioescucha
- Bajo costo por contacto
- Permite realizar otras actividades a quién la escucha.

9.- CAMPAÑAS.- La palabra campaña tiene un origen bélico, que designa actividades militares ininterrumpidas. Este término fue adoptado por la industria de la publicidad con el significado de “un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico” (**Wells, Burnett y Miortary, 1996**).

Una campaña es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo, se diseña como parte de una estrategia, para lograr un conjunto de objetivos y resolver algún problema crucial.

En una campaña, deben existir una unidad, similitud, tanto entre el contenido conceptual como en la forma de los mensajes; así como continuidad temporal.

Unidad.- La unidad debe darse no solo entre las piezas de una campaña, sino también entre las campañas sucesivas, para conservar en el tiempo la fácil identificación de la imagen total del mensaje.

El ingrediente esencial de una campaña es la similitud, que da la unidad entre un mensaje y otro.

Los mensajes de una campaña pueden tener similitud visual, verbal, sonora o de actitud.

Campañas de acción social.- También denominadas cívicas o de bien público. Se llaman así las campañas realizadas por entidades sin ánimo de lucro, por empresas que *se colocan* en un papel similar o instituciones gubernamentales. Con frecuencia los gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas, u otras asociaciones, buscan cambiar actitudes mediante la oferta de diferentes productos: cultura, turismo, educación, salud. Sus fines son altruistas, invitan a obrar, a congregarse alrededor de causas importantes para conglomerados sociales: combatir la droga, fomentar los cuidados ecológicos, etc.

Entre estas campañas de acción social, están las de salud (preventivas, curativas o de crisis y mixtas) y educación (alfabetización, promoción de educación formal o de sistemas de educación abiertos) (**Larson, 1986**).

De una forma más general, (**Rabassa Asenso, 1988**) clasifica a las campañas de comunicación, según su objetivo de imagen, de información y de incentivación.

Campañas por su objetivo de imagen.- Estas campañas intentan conseguir una determinada actitud del público y consiguientemente un determinado tipo de imagen con atributos definidos.

Campañas por su objetivo de información.- Buscan crear conocimientos de determinadas situaciones, ofertas, planteamientos, etc.

Campañas por su objetivo de incentivación.- El objetivo es provocar una reacción positiva hacia la adquisición de una compra o servicio

10.- ITS.- es la entrada de un germen infeccioso (parásitos, bacterias, hongos y virus) al organismo a través de la vía sexual. Cuando hablamos de ITS nos referimos a un grupo de infecciones en el cual el mecanismo de transmisión es casi exclusivamente por contacto sexual, o por lo menos éste ha llegado a ser uno de los más importantes. Se diferencia del término de enfermedades de transmisión sexual en que en éstas están presentes síntomas (como por ejemplo el dolor, ardor, fiebre) y signos como (el flujo, lesiones en los genitales y otras partes del cuerpo).

Las ITS tienen algunos elementos entre sí que es necesario destacar: agente causal, mecanismo de transmisión e individuo susceptible.

10.1.-Algunas infecciones de transmisión sexual:

Gonorrea.- Es infección de transmisión sexual (ITS) producida por una bacteria llamada *Neisseria gonorrhoeae* o gonococo. Es una de las ITS más frecuentes. La gonorrea predomina sobre la sífilis y no es menos importante que ella.

Clamidiasis.- Es una infección causada por una bacteria que se llama *Chlamydia trachomatis*. Esta infección produce cambios en nuestro cuerpo de una a tres semanas después de habernos puesto en contacto mediante una relación sexual desprotegida con una persona que tenía la infección.

Vaginitis por: Gardnerellas vaginalis, trichomonas, Monilias y otras.- Se transmite durante las relaciones sexuales, ya sea por la vagina o por el ano y también el sexo oral. Los hombres pueden tener la infección sin presentar síntomas.

Sífilis.- Es otra de las infecciones de transmisión sexual y se transmite cuando tenemos relaciones sexuales de cualquier tipo, poniéndonos en contacto con el semen, sangre y fluidos vaginales o anales. Esta infección puede transmitirse a través de transfusiones sanguíneas y hemoderivados y de madre a hijo, durante el embarazo y el parto. La sífilis es causada por una bacteria llamada *Treponema pallidum*.

Condilomas acuminados o verrugas genitales.- También conocidos por la población como cresta de gallo. Son protuberancias del color de la piel, con un aspecto parecido al de la cresta de gallo. A parecen en los órganos genitales (pene o vagina), la uretra o el ano.

Herpes genital.- El herpes es una infección causada por un virus llamado virus herpes simple (VHS). La mayoría de personas lo conocen por las comunes ampollas o bolitas llenas de líquido que salen alrededor de los labios. El herpes se puede contagiar por el contacto directo con una persona afectada (o sea, piel a piel, a través de las relaciones sexuales y mediante el sexo oral)

El chancroide o chancro blando.- Es una infección de transmisión sexual causada por una bacteria y se diferencia del chancro duro de la sífilis porque este es doloroso y con secreción. Se caracteriza por una úlcera dolorosa, ya que la bacteria que la produce (*Haemophilus ducreyi*) entra en el cuerpo a través de un

rasguño o rotura en la piel que cubre los genitales. Se transmite al tener contacto sexual genita, anal u oral, con una persona que este infectada.

Hepatitis B.- Este virus se encuentra en la mayoría de los líquidos corporales pero solo se transmite por la sangre, la saliva, el liquido seminal y las secreciones vaginales. Y aunque la mayoría de las veces se transmite en las relaciones sexuales, también se puede transmitir de madre a hijo durante el embarazo, parto o lactancia y por las transfusiones de sangre o el uso de hemoderivados.

Papiloma Humano.- Es una enfermedad infecciosa causada por el V.P.H. (virus del papiloma humano). Su trasmisión es principalmente por vía sexual, aunque puede contagiarse en piscinas, baños y saunas. Se presenta en la piel de las zonas genitales en forma de verrugas. Las lesiones son apreciables a simple vista o se pueden diagnosticar por observación de tejidos con un microscopio.

VIH.- El VIH es el Virus de Inmunodeficiencia Humana, causante del sida. Debilita el sistema inmunológico o sistema de defensa natural del cuerpo, destruyéndolo lentamente. Ataca a las células CD4 (variedad de glóbulos blancos que actúan como coordinadores del sistema inmunológico provocando una respuesta de defensa inmunológica). La infección por VIH puede durar más de diez años y actualmente no existe cura para la misma.

10.2.-Pruebas de ITS.- Una prueba de ITS detecta la presencia de cualquier infección de transmisión sexual (ITS). La mayoría de las pruebas de ITS son análisis de sangre, y se realizan generalmente después de que los síntomas son detectados (ITS), pero pueden ser usadas pruebas en poblaciones de alto riesgo para detectar infecciones asintomáticas o presintomáticas. Ningún procedimiento prueba todos los agentes infecciosos, así que es importante ser consciente para qué es usada una prueba dada.

11.- PREVENCIÓN.- los factores de riesgo son características (biológicas, económicas, sociales y psicológicas) que hacen a una persona o población tener

mayor o menor probabilidad de presentar una enfermedad específica en un momento y lugar determinado.

Actualmente, el enfoque de la atención a la salud juvenil, procura desde una perspectiva más integral y articulada reducir los factores de riesgo, incrementar los factores de protección y brindar oportunidades de reconstrucción y avance de la situación. La conceptualización de la salud en la edad juvenil se refiere por lo tanto a una meta, a un proceso, no a un estado, particularmente en personas que se encuentran en un crítico período de crecimiento y no atravesando una mera transición de la niñez a la adultez.

El enfoque de riesgo asume que a mayor conocimiento sobre los eventos negativos, mayor posibilidad de actuar sobre ellos con anticipación para evitarlos, cambiando las condiciones que exponen a un individuo o grupo a adquirir la enfermedad o el daño.

Prevención primaria.- modifica sus consecuencias asegurando la presencia de servicios si el problema se presenta, al intervenir en la fase precoz del proceso mórbido y prevenir su desarrollo o propagación

Prevención secundaria.- la prevención primordial se orienta a promover el desarrollo y las condiciones del mismo.

Prevención terciaria.- se dirige a quienes ya están dañados o enfermos, e interviene para tratar las manifestaciones patológicas, controlar la progresión y evitar mayores complicaciones, así como controlar su propagación (**Silber, 1992**).

12.- LOS PRESERVATIVOS.- Los preservativos o condones solamente proporcionan protección cuando son usados correctamente como barrera desde, y hacia el área que cubre. Las áreas descubiertas todavía son susceptibles a muchas ETS. En el caso del VIH, las rutas de transmisión sexual implican casi siempre el pene, puesto que el VIH no puede esparcirse a través de la piel intacta, así al proteger el pene, con un condón correctamente usado, de la vagina y del ano, se detiene con eficacia su transmisión. Un líquido infectado en una piel rota

que llevase a la transmisión directa del VIH no sería considerado “transmitido sexualmente”, sin embargo puede ocurrir teóricamente durante el contacto sexual; esto puede evitarse simplemente no teniendo contacto sexual cuando se tiene una herida abierta. Otras ITS, incluso infecciones virales, se pueden prevenir con el uso de los condones de látex como barrera: algunos microorganismos y virus son bastante pequeños y pueden pasar a través de los poros en condones naturales de piel, pero siguen siendo demasiado grandes para pasar a través de los de látex.

Los condones están diseñados, probados, y manufacturados para no fallar nunca si se usan apropiadamente. El condón nunca es un 100% seguro. El uso apropiado exige:

- No poner el condón demasiado firme en el extremo, y dejando 1.5 cm en la extremidad para la eyaculación. Poner el condón ajustado puede y a menudo lleva a su fallo.
- Usar un condón nuevo para cada cópula.
- No usar un condón demasiado flojo, puede hacer fracasar la barrera.
- Evitar la inversión derramando su contenido una vez usado, independientemente de que se haya o no eyaculado en él, incluso por un segundo.
- Evitar los condones hechos de sustancias diferentes del látex y el poliuretano, pues no protegen contra el VIH.
- Evitar dejarlos en el calor porque se pueden desgastar.
- Evitar el uso de lubricantes basados aceite (o cualquier cosa con aceite) con los condones de látex, ya que el aceite puede hacer agujeros en ellos.

13.- PROMOCIÓN.- La promoción de salud es el procedimiento mediante el cual los individuos y comunidades están en condiciones de ejercer un mayor control sobre los determinantes de la salud y de ese modo mejorar su estado de salud. Orienta hacia los estilos de vida, no solo se ocupa de promover el desarrollo de habilidades personales y la capacidad de la persona para influir sobre los que

determinan la salud, sino que también incluye la interacción sobre el entorno para reforzar tanto aquellos factores que sostienen estilos de vida saludables, así como para modificar aquellos otros que impiden ponerlos en práctica.

14.- JUVENTUD.- La juventud está considerada como la etapa de tránsito entre la niñez y la adultez y constituye un momento importante en el proceso de socialización del individuo. En el transcurso de este periodo, el sujeto se prepara para cumplir determinados roles sociales propios de la vida adulta, tanto en lo referido a la esfera profesional, como en la de sus relaciones con otras personas, la familia, la pareja y los amigos.

Durante este tiempo ya se debe regular el comportamiento de forma tal que alcance una competencia adecuada ante las exigencias presentes en la sociedad en que se desenvuelve.

Varios investigadores señalen que la edad cronológica no debe ser el criterio único para delimitar la etapa evolutiva de la juventud. No obstante, en su mayoría proponen determinados límites etarios para las mismas. Así por ejemplo mientras para L.I. Bozhovich la juventud transcurre de 14 a los 18 años para I.S Kon se enmarca de 14 a 15 años y de 23 a 25 años. Por su parte H.L Bee y S.K Mitchell establecen como límites el periodo comprendido entre 18 y 22 años o más, en función del logro de la independencia y la culminación de sus estudios.

15.- ADOLESCENCIA.- Etimológicamente proviene de vocablo latino “adolescere” que quiere decir, “comenzar a crecer”. Comienza cuando termina la pubertad, o sea, entre los 12 o 14 años aproximadamente, en la mujer o varón respectivamente, y que culmina con el desarrollo pleno biológico y espiritual del ser humano, cuando ingresa a la edad adulta. Esta primera etapa es calificada por la Organización Mundial de la Salud como adolescencia temprana, y el período siguiente, hasta alrededor de los 19 años, es denominado adolescencia tardía. Las edades varían de acuerdo a diferencias étnicas, culturales como también factores económicos y sociales. Su estudio y conceptualización datan de la segunda mitad

del siglo XIX, como etapa diferenciada con características peculiares, que coincide con la juventud, aunque ésta se extiende unos años más.

15.1.- Características de la adolescencia:

- Crecimiento corporal dado por aumento de peso, estatura y cambio de las formas y dimensiones corporales .Al momento de mayor velocidad de crecimiento se denomina estirón puberal.
- Aumento de la masa y de la fuerza muscular, más marcado en el varón
- Aumento de la capacidad de transportación de oxígeno, incremento de los mecanismos amortiguadores de la sangre, maduración de los pulmones y el corazón, dando por resultado un mayor rendimiento y recuperación más rápida frente al ejercicio físico.
- Al incrementarse la velocidad del crecimiento se cambian las formas y dimensiones corporales, esto no ocurre de manera armónica, por lo que es común que se presenten trastornos como son: torpeza motora, incoordinación, fatiga, trastornos del sueño, esto puede ocasionar trastornos emocionales y conductuales de manera transitoria.
- Desarrollo sexual caracterizado por la maduración de los órganos sexuales, aparición de caracteres sexuales secundarios y se inicia la capacidad reproductiva.

15.2.- Aspectos psicológicos de la adolescencia:

- ❖ Búsqueda de sí mismos ,de su identidad
- ❖ Necesidad de independencia
- ❖ Tendencia grupal.
- ❖ Evolución del pensamiento concreto al abstracto.
- ❖ Manifestaciones y conductas sexuales con desarrollo de la identidad sexual.
- ❖ Contradicciones en las manifestaciones de su conducta y fluctuaciones del estado anímico.
- ❖ Relación conflictiva con los padres.

- ❖ Actitud social reivindicativa, se hacen más analíticos, formulan hipótesis, corrigen falsos preceptos, consideran alternativas y llegan a conclusiones propias.
- ❖ La elección de una ocupación y la necesidad de adiestramiento y capacitación para su desempeño.
- ❖ Necesidad de formulación y respuesta para un proyecto de vida.

SEGUNDO CAPÍTULO

CAPÍTULO II ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Marco referencial:

Situación actual del VIH/SIDA en el Ecuador.- Número de casos reportados acumulados en adultos y niños de VIH/SIDA por años 1984 – 2009

**MINISTERIO DE SALUD PUBLICA DEL ECUADOR
PROGRAMA NACIONAL DE CONTROL DE VIH-SIDA
NUMERO DE CASOS REPORTADOS ACUMULADOS EN ADULTOS Y NIÑOS DE VIH/SIDA
POR AÑOS 1984- 2009**

AÑOS	No DE PERSONAS			ACUMULADOS			Defunciones	
	VIH	SIDA	VIH/SIDA	VIH	SIDA	VIH/SIDA	No.	Acumulad o
1984	2	6	8	2	6	8	0	0
1985	2	1	3	4	7	11	0	0
1986	0	6	6	4	13	17	0	0
1987	9	23	32	13	36	49	7	7
1988	31	31	62	44	67	111	12	19
1989	25	29	54	69	96	165	11	30
1990	37	48	85	106	144	250	20	50
1991	35	54	89	141	198	339	29	79
1992	94	69	163	235	267	502	42	121
1993	64	89	153	299	356	655	89	210
1994	108	116	224	407	472	879	80	290
1995	114	71	185	521	543	1064	78	368
1996	133	66	199	654	609	1263	107	475
1997	125	128	253	779	737	1516	153	628
1998	145	184	329	924	921	1845	181	809
1999	282	325	607	1206	1246	2452	231	1040
2000	348	315	663	1554	1561	3115	245	1285
2001	294	318	612	1848	1879	3727	357	1642
2002	370	425	795	2218	2304	4522	395	2037
2003	515	352	867	2733	2656	5389	422	2459
2004	627	481	1108	3360	3137	6497	495	2954
2005	1069	470	1539	4429	3607	8036	618	3572
2006	1319	478	1797	5748	4085	9833	699	4271
2007	1858	555	2413	7606	4640	12246	649	4920
2008	3159	191	3350	10765	4831	15596	679	5599
2009	3198	1154	4352	13963	5985	19948		
TOTAL	13963	5985	19948			19948	5599	5599

ELABORACION PROGRAMA NACIONAL DEL SIDA/ITS

FUENTE: M.S.P./DIRECCIONES PROVINCIALES DE SALUD

* Cohorte a junio /datos sujetos a revisión

Un modelo de prevención primaria de las infecciones de transmisión sexual y del VIH/sida en adolescentes (Teodoro Barros).

Se aplicó un modelo de prevención primaria de ITS y VIH/SIDA en adolescentes (12 a 15 años) de Santo Domingo de los Colorados, Ecuador. Se formaron dos grupos con características similares: el grupo de intervención (grupo I, n = 358) y el grupo de control (grupo C, n = 288). Las escuelas se seleccionaron por criterios de inclusión, y los adolescentes de cada escuela, al azar. Se aplicó una guía de discusión a 16 grupos focales; con esta información se elaboró una encuesta sobre conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) que, después de su validación, fue aplicada a ambos grupos. En el grupo I se implementó un programa educativo de prevención dirigido a estudiantes y docentes. Ocho meses más tarde se aplicó una segunda encuesta CAP a los dos grupos. Las diferencias en los CAP antes y después de la intervención fueron evaluadas, la infección por virus de la inmunodeficiencia humana (VIH) y el síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA) asociado a esta infección se cuentan, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), entre los más graves problemas de salud pública en todo el mundo. En Ecuador, estimaciones recientes indican que el problema afecta a unas 20 000 personas (49,7% con sida y 50,3% seropositivas). El 43% de los infectados son heterosexuales, el 27,4% homosexuales y el 17% bisexuales; el 82,1% son hombres. La transmisión es mayor en el grupo de 20 a 39 años (79%) y el 6% de los casos nuevos se detectan en adolescentes, este grupo es considerado como prioritario en las intervenciones de prevención; estudios indican que la incidencia de VIH está aumentando entre los más jóvenes. La sexualidad, como parte de los procesos de desarrollo propios de la adolescencia, hace aumentar el riesgo de contagio de infecciones de transmisión sexual (ITS) y VIH. La promiscuidad sexual y la escasa utilización de métodos preventivos son frecuentes en esta etapa. Una educación completa sobre ITS/VIH/sida puede tener mayor efecto cuando se introduce durante la adolescencia, cuando los rasgos del comportamiento sexual y el discernimiento de riesgos están conformándose y resultan más fáciles de modelar. Diversas razones llevaron a la selección de este grupo de edad para ensayar un modelo de prevención primaria de ITS/sida en Ecuador.

CAPÍTULO METODOLÓGICO.- Para el estudio del segundo capítulo fue pertinente hacer uso de la fundamentación teórica, encausando en el mismo todo lo referente a la metodología de la investigación científica, incluyendo métodos y técnicas, los cuales aportaron el soporte cualitativo para delinear los derroteros a seguir por la investigación. Este capítulo también abarca las conclusiones, recomendaciones, el plan de temas propuesto para el programa de radio, la bibliografía que fue empleada en el proceso de investigación, concluyendo el mismo con los anexos mediante los cuales quedan plasmados el uso de las técnicas aplicadas durante la labor investigativa.

La presente investigación pretende crear un antecedente que permita llevar a cabo un programa de radio estudiantil en la ciudad de Latacunga, Ecuador, mediante el uso de las herramientas de Comunicación Social como alternativa para informar y prevenir a los jóvenes sobre las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS).

METODOLOGÍA.- Dentro de la investigación se encuentran la variable dependiente y la independiente. Existiendo dos variables dependientes que son: la participación y autoestima. Definiéndose la participación como la capacidad de los seres humanos de relacionarse y ser partícipes en la generación de soluciones, los cuales son considerados valiosos y útiles para esta investigación.

Autoestima: se definió como la valoración que el sujeto hace del conjunto de percepciones, actitudes, valores y juicios que tiene sobre sí mismo.

La variable independiente fue el ejercicio diseñado especialmente para la investigación. Éste fue realizado a través de un grupo de discusión de características notablemente participativas, cuyo énfasis estuvo puesto en el denominado "proceso de información y prevención", el cual pretende solucionar problemas de desinformación en temas que están afectando el comportamiento de los jóvenes sobre su sexualidad. Para ello se proporcionó un clima de algarabía psicológicamente adecuada a su edad facilitando el interés de los jóvenes por la capacitación.

Así definidas las variables, se utilizó un diseño experimental clásico (antes-después) estando las hipótesis centrales referidas a encontrar en los sujetos sometidos al grupo de discusión, cambios significativos, en un sentido positivo, en el nivel de participación y el nivel de autoestima de los sujetos que asistieron.

Métodos de la investigación.- Conjunto de procesos que el hombre debe emplear en la investigación y demostración de la verdad, es el camino, la vía, la estructura del proceso de la investigación científica. Es el sistema de procedimientos, la forma de estructuración de la actividad para transformar el objeto, resolviendo el problema y logrando el objetivo. Es la organización racional y bien calculada de los recursos disponibles y de los procedimientos más adecuados para alcanzar determinado objetivo de la manera más segura, económica y eficiente. **(Bunge, 1980).**

Etnometodología: Método etnográfico. Su empleo se justifica a partir de que permite archivar el conocimiento, conformando el contenido de la comunicación **(Spradley, 1979)**. Capta patrones de interacción social, base de los procesos comunicativos, una de cuyas modalidades, lo constituye el uso de la lengua **(Gumperz, 1981)**. Conformar, además, una forma de registrar las narrativas orales y escritas en las que se expresan los sujetos durante el proceso comunicativo **(Walker, 1981)**.

Por ende, la presente investigación parte de la etnografía ya que es de interés captar el contexto social en el que se desarrollan los hechos y fenómenos comunicacionales y el comportamiento de los jóvenes. El método etnográfico permitió estudiar la percepción que los jóvenes poseen actualmente sobre las ITS.

Etnometodología: Método Conversacional.- Este método posibilita el estudio de los fenómenos sociales incorporados al discurso y las acciones a través del análisis de las actividades humanas cotidianas (configuración espacio temporal de sentido, **Verón, 1987**).

Se justifica el uso de este método debido a que es de interés para la investigación, el análisis de la forma en que los jóvenes interactúan entre sí sobre temas relacionados con la sexualidad.

Interesó también, dentro del análisis conversacional, el diálogo que mantienen en la vida cotidiana, y cómo se reflejan en ella las actitudes y comportamientos que pudieron observarse en los jóvenes. La descripción conversacional fue recogida en soporte audio visual en el contexto donde se desarrolló.

Metodología participativa.- La metodología participativa busca fomentar en las personas las diferentes formas de adquirir conocimientos (intuitiva y racional) para tener una visión amplia de la realidad.

Siendo la metodología un conjunto de pasos que tratan de llegar a un resultado concreto, se hizo uso también de la metodología participativa para insertar a los jóvenes en el proceso de investigación, además de que son fuente valiosa para adquirir información sobre la realidad que acontece en este tipo de temas. En su participación se ponen de manifiesto los niveles de conocimiento.

Técnicas de investigación.- Son acciones que permiten recolectar, procesar y analizar la información, siendo esto una operación del método que está relacionada con el medio que se utilice. La misma se realiza bajo una orientación definida y está ligada a la etapa empírica de la investigación.

La primera técnica que se utilizó fue la observación directa como método empírico, en el que se empleó un instrumento audiovisual como aparato de registro.

La encuesta.- Esta técnica fue de gran importancia para la investigación, porque permitió obtener información de la misma fuente, haciendo uso de un instrumento indispensable como el cuestionario. La aplicación del cuestionario se realizó en dos etapas con el siguiente fin: evaluar el grado de conocimiento de jóvenes ecuatorianos que se encuentran en la Universidad de Pinar del Río - Cuba sobre las ITS y analizar si la radio como medio de comunicación brinda su espacio para

este tipo de programas. En la segunda etapa se aplicó el cuestionario y tuvo como fin determinar las diferencias significativas en cuanto al nuevo conocimiento adquirido después de su participación en el grupo de discusión.

La encuesta se define como un método empírico, el cual se aplicó de manera amplia y directa a los jóvenes, dando como resultado una información confiable.

En el trabajo investigativo se aplicó la encuesta, ya que sus resultados son de gran utilidad en estudios descriptivos por su adaptabilidad de aplicación a toda clase de sujetos.

El grupo de discusión, conforma una técnica cualitativa de reunión de grupo, la cual permite obtener un conocimiento aproximado de la realidad social a investigar, mediante la comunicación que se produce en su seno (**Saladrigas, 2009**). Esta técnica ayudó a que los jóvenes fueran partícipes en el taller, el cual se basó fundamentalmente en temas como ITS, sexo seguro, uso del condón, etc. Incluyendo un conjunto de elementos como técnicas de presentación y participativas.

La estructura del grupo de discusión se dio sobre la base del siguiente modelo:

- 1.- Dinámicas de presentación e integración.
- 2.- Técnicas participativas.
- 3.- Práctica de métodos para demostrar el proceso de cómo se transmiten las ITS.

En lo referente a los escenarios donde las actividades investigativas tuvieron lugar no sufrieron modificación alguna

El universo teórico estuvo constituido por jóvenes de nivel socioeconómico medio de la Región Centro del Ecuador, específicamente de la Provincia de Cotopaxi, pero que por motivos de estudio se encuentran en Cuba por un período de cinco meses. El tamaño de la muestra fue de 28 jóvenes, distribuidos en dos grupos (los participantes y no participantes) que se encuentran en un rango de 22 a 30 años de edad.

ANÁLISIS DE RESULTADOS.- La información obtenida generó un análisis cualitativo, determinando que el grado de conocimiento es totalmente bajo en cuanto a las ITS y que la radio no es un medio que comúnmente se utilice por los jóvenes para conocer sobre las ITS (ver anexo 3 fig. 3.3). Además de que el resultado puede variar por el porcentaje en cuanto al sexo de los encuestados. En el caso de las encuestas, las preguntas se categorizaron para facilitar su tabulación. Para el análisis cuantitativo, se utilizó el programa Learning Essentials Microsoft Office, Student Edition.

Las dos fases del estudio (antes y después de la aplicación del grupo de discusión) fueron confrontadas comparando los resultados de la primera y segunda encuestas.

RESULTADOS.- Los estudiantes implicados en la investigación aceptaron participar en el estudio. En el momento en que se aplicó la encuesta la participación fue del 100%. Sin embargo, para el grupo de discusión se contó solo con el 60,7% de los encuestados demostrando así el desinterés de algunos estudiantes para llevar un estilo de vida responsable sobre su sexualidad.

Análisis demográfico.- En el grupo investigado el 32,1% es del sexo femenino y el 67,9% del sexo masculino. Todos los encuestados son ecuatorianos, estudiantes universitarios de diferentes especialidades y son también jóvenes que se dedican a otras actividades laborables (ver anexo 3 fig. 3.1).

Respuestas antes y después del grupo de discusión.- En las encuestas realizadas antes de la aplicación del grupo de discusión se encontró un alto nivel de desconocimiento sobre las ITS (ver anexo 3 fig. 3.2). Por el contrario, tras la implementación del grupo de discusión se revelaron diferencias estadísticamente significativas en cuanto al nuevo conocimiento adquirido sobre el tema (ver anexo 3 fig. 3.4).

En el trabajo de investigación realizado a 28 estudiantes ecuatorianos en la Universidad de Pinar del Río, Cuba, en el período de enero-marzo del 2010 se evidenció:

TABLA No. 1

Muestra total dividida por sexos. Estudiantes ecuatorianos en pasantías universitarias. Universidad de Pinar del Río, Cuba. Año 2010

Sexo	Porcentaje
Femenino	32,1
Masculino	67,9

Fuente: encuesta aplicada sobre las Infecciones de Transmisión Sexual.

En la tabla No.1 se analizó la cantidad total de encuestados dividiéndolos por sexo, debido a que este puede ser un elemento importante en cuanto al desconocimiento que poseían sobre las ITS de acuerdo con la encuesta aplicada. En esta tabla se expresa que de los 28 estudiantes ecuatorianos que fueron encuestados un 32,1% pertenece al sexo femenino y un 67,9% son del sexo masculino.

TABLA No. 2.- Nivel de conocimiento sobre las ITS que demostraron poseer los estudiantes ecuatorianos antes del grupo de discusión. Universidad de Pinar del Río, Cuba. Año 2010

Antes del grupo de discusión	Porcentaje
Conocen	39,3
Desconocen	60,7

Fuente: encuesta aplicada sobre las Infecciones de Transmisión Sexual.

En la tabla No.2 se demuestra el nivel de conocimiento que poseían los estudiantes sobre las ITS, en la cual el 39,3% de encuestados demostró conocer los temas relacionados con las ITS y un 60,7% desconoce totalmente el tema. Resultado que pone de manifiesto que su nivel de conocimiento era totalmente bajo.

TABLA No. 3.- Vías de información sobre Infecciones de Transmisión Sexual (ITS). Estudiantes ecuatorianos. Universidad de Pinar del Río. Año 2010.

Medios de Comunicación	Porcentaje
Radio	14,3
TV	39,3
Prensa	28,6
Otros	17,9

Fuente: encuesta aplicada sobre las Infecciones de Transmisión Sexual.

En la tabla No.3 se analizaron las vías por las cuales obtienen información los estudiantes ecuatorianos sobre el tema planteado y si la radio tiene participación para este fin. El resultado expresa que un 14,3% de la información se recepciona

a través de la radio, el 39,3% por la televisión, el 28,6% de la prensa y un 17,9% se informa a través de otros medios. Es decir que la radio no es un medio que comúnmente se utilice por los jóvenes para conocer sobre las ITS.

TABLA No. 4.- Nivel de conocimiento sobre las ITS que demostraron poseer los estudiantes ecuatorianos después del grupo de discusión. Universidad de Pinar del Río, Cuba. Año 2010.

<i>Después del grupo de discusión</i>	<i>Porcentaje</i>
Conocen	82,4
Desconocen	17,6

Fuente: encuesta aplicada sobre las Infecciones de Transmisión Sexual.

En la tabla No.4 se puede apreciar el incremento en el nivel de conocimiento después de las charlas y temas impartidos a través del grupo de discusión. La realidad cambió, poniendo de manifiesto el siguiente porcentaje: el 82,4% se apropió de los elementos referidos al tema y el 17,6% aun no lo asimila con claridad.

PLAN DE TEMAS PARA LA RADIO

PLAN DE TEMAS: Para elaborar el siguiente plan de temas se utilizó información especializada, seleccionando y destacando los temas de mayor importancia en la prevención y promoción de las ITS, siendo incorporados a la radio estudiantil:

- Sexo y sexualidad
- Promoción de salud sexual
- La educación sexual: una alternativa
- Sexo sin riesgo
- Sexualidad responsable y reproductiva
- Prevención y sus alternativas
- La participación juvenil en las acciones preventivas y promocionales
- Las infecciones de transmisión sexual
- El virus de la inmunodeficiencia humana
- Características generales del VIH
- Pruebas diagnósticas para el VIH
- Género, vulnerabilidad y su relación con el VIH
- SIDA y embarazo
- Los derechos de las personas que viven con VIH/SIDA
- Elecciones en anticoncepción
- Hablar sobre sexualidad con los niños
- La sexualidad en la adolescencia
- La importancia de la autoestima en los jóvenes
- El consumo del alcohol y los efectos en la sexualidad

COMUNICACIÓN SOCIAL: LA VERDAD EN LA SOCIEDAD

- El consumo de sustancias estupefacientes y sus consecuencias
- Homosexualidad
- Comunicación y negociación
- Amor y sexo

CONCLUSIONES

Conclusiones

- ✓ La investigación realizada permitió constatar el bajo nivel de conocimiento que poseen los estudiantes ecuatorianos en relación con las ITS, y la repercusión que este implica para asumir una sexualidad responsable.
- ✓ La radio como medio de difusión masiva no se utiliza de modo sistemático y eficaz en la promoción de las ITS, dirigida a los jóvenes en Ecuador.
- ✓ La necesidad de crear programas de radio universitaria en las instituciones públicas de la ciudad de Latacunga, incrementando su percepción del riesgo como grupo más vulnerable.

RECOMENDACIONES

Recomendaciones

- Se recomienda al grupo gestor de extensión universitaria de la Universidad de Pinar del Río, la realización de talleres dirigidos a los estudiantes ecuatorianos que residen por cortos períodos de tiempo, fundamentalmente como pasantes, sobre las ITS y cómo asumir una sexualidad responsable.
- La pertinencia de la creación de espacios promocionales dentro de las radios universitarias, sobre las ITS y su repercusión en la calidad de vida de los jóvenes, como medio de difusión masiva con alcance social.
- Que los resultados de esta investigación se hagan extensivos a otras instituciones estudiantiles, tanto públicas como privadas en el Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía:

AA/MCV. En el Ecuador no hay planes de prevención. Explored marzo2010; A1

Acebedo I, Álvarez s. Manual para promotores de salud. La Habana. Ministerio de Salud Pública, 2004

Adolescencia. Consultado 07-03-2010. Disponible en: <http://www.Adolescencia-Monografias.com>

Adolescencia. Consultado 07-03-2010. Disponible en: <http://www.Adolescencia-Wikipedia,laenciclopedia Libre.mht>

Barros T. Un modelo de prevención primaria de las enfermedades de transmisión sexual y del VIH/SIDA en adolescentes. Revista Panamericana de Salud Pública agosto 2001; 10:2, 1-6

Cabrera J, García L, Almira C. Manual básico para las universidades cubanas. Ministerio de Educación Superior. La habana, 2007. 10-25

Cloet R. programa de respuestas multisectoriales al VIH/SIDA de UNDP. Consultado 02-03-2010. Disponible en: <http://www.UNDPECUADOR.mht>

Comunicación. Consultado 26-01-2010. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/market.shtml> Editorial Norma

Concepto de adolescencia. Consultado 07-03-2010. Disponible en: <http://www.DeConceptos.com>

Conceptos de comunicación e interacción. Consultado 26-01-2010. Disponibles en: <http://www.apuntesgestion.com/2007/02/06/concepto-de-comunicación>

Comunicación pública. Consultado 26-01-2010. Disponible en: <http://www.nonografias.com/trbajos55/comunicacion-lenguaje/comunicacion-lenguaje.shtml#publica>

Comunicación Social. Consultado 26-01-2010. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_social

Comunicación Social. Consultado 26-01-2010. Disponible en:

<http://vecam.org/article683.html>

Definición de enfermedades de transmisión sexual. Consultado 02-03-2010.

Disponible en: <http://www.sanopordentro.com/definicion-enfermedades-sexual-sexuales.html>

El papel de las audiencias. Consultado 28-02-2010. Disponible en:

<http://www.auladeletras.net/material/intromc.pdf>

El VIH/SIDA empieza a revelarse. Consultado 02-03-2010. Disponible en:

<http://www.UNICEFEcuador-SaludyNutrición-elVIH-SIDAempiezaarevelarse.mht>

Enfermedades de transmisión sexual. Consultado 02-03-2010. Disponible en:

<http://www.monografias.com/trabajos47/transmision-sexual/transmision-sexual2.shtml#tipos>

Fundación Huésped. Cultura y Salud. 2ª Edición. Buenos Aires, Argentina. 2008.22-24

García K, Belkis T, Díaz M. Intervención educativa sobre Infecciones de Transmisión Sexual, Matanzas. Revista Médica Electrónica 2009; 31(3)

Hernández R. Metodología de la investigación. La Habana. Editorial Félix Varela, 2004. 23-38

Infecciones de transmisión sexual. Consultado 02-03-2010. Disponible en:

http://www.babylon.com/definicion/enfermedad_de_transmisi%C3%B3n_sexual/Spanish

Influencia de los medios de comunicación social en la cultura popular. Consultado 26-01-2010. Disponible en:

<http://www.monografias.com/trabajos13/losmedi/losmedi.shtml>

Investigación cualitativa y cuantitativa. Consultado 18-03-2010. Disponible en:
http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

Investigación cualitativa y cuantitativa. Consultado 18-03-2010. Disponible en:
<http://www.mistareas.com.ve/la-investigacion-cualitativa-y-la%20investigacion-cuantitativa.htm>

López L. Comunicación Social. Selección de textos. Editorial Félix Varela la Habana, 2003.

Mapeo inicial y puntos de vista sobre el ser joven en América Latina. Consultado 07-03-2010. Disponible en: http://www.Comparte_dowland.php.pdf

Martel R. Taller de campañas, definición y normas que rigen a una campaña. Universidad Centroamericana Departamento de letras, 2005

Medios de comunicación. Consultado 26-01-2010. Disponible en:
<http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>

Medios de comunicación. Consultado 26-01-2010. Disponible en:
<http://vecam.org/article683.html>

Métodos y técnicas de investigación. Consultado 18-03-2010. Disponible en:
<http://www.Métodos y técnicas de investigación GestioPolis.htm>

MINSAP. Compilación de bolsilibros. La Habana, 2008. 29-44

Norberto F, Mujica E, Álvarez J. Técnicas participativas para el trabajo en VIH/SIDA. La Habana, 2009. 8-10

Programa Nacional del VIH/SIDA. Consultado 02-03-2010. Disponible en:
<http://Ministerio de Salud Pública del Ecuador – Programa Nacional del VIH/SIDA.mht>

Romero F, Toirac J, Armas G. Manual de capacitación para facilitadores juveniles en educación sobre ITS/VIH/SIDA. Ministerio de Salud Pública. La Habana, 2006. 28-35

Sistema de comunicación institucional. Consultado 26-01-2010. Disponible en: http://www.es.wikipedia.org/wiki/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_masivos#Las_masas_como_p.C3.BAblico

Tipos de comunicación institucional. Consultado 26-01-2010. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos47/transmision-sexual/transmision-sexual2.shtml#tipos>

Vera J, Villegas V. El fenómeno de la comunicación social. Consultado 26-01-2010. Disponible en: [http://www.amc.sld.cu/amc/1997/v1n1/amc1\(1\)15.htm](http://www.amc.sld.cu/amc/1997/v1n1/amc1(1)15.htm)

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1.- Listado de los jóvenes que fueron tomados como muestra para la presente investigación.

Número	Nombres y Apellidos	Especialidad
1	Alexandra Cajas	Informática
2	Verónica Betancourt	Diseño gráfico
3	Carina Muñoz	Abogacía
4	Enver Quintana	Electromecánica
5	Cristian Sigcha	Electromecánica
6	Miriam Bedón	Abogacía
7	Paulina Zambrano	Abogacía
8	Cecilia Jacho	Abogacía
9	Jenny Toapanta	Ecoturismo
10	Elizabeth Chicaiza	Ecoturismo
11	Iván Zapata	Abogacía
12	Alex Ávila	Agroindustrias
13	Tatiana Hinojosa	Abogacía
14	Bolívar Pungil	Abogacía
15	David Achote	Electromecánica
16	Ángel Niza	Agroindustrias
17	Darío Suntasig	Electromecánica
18	Jairo Centeno	Electromecánica
19	Eduardo Jimenez	Electromecánica
20	Paul Chicaiza	Electromecánica
21	Freddy Masabanda	Abogacía
22	Edison Aimacaña	Abogacía
23	Carlos Pérez	Abogacía
24	Santiago Toapanta	Electromecánica
25	Esteban García	Electromecánica
26	William Anrango	Telecomunicaciones
27	Mario Oña	Abogacía
28	Ángel Días	Abogacía

Anexo 2: Primera aplicación de la encuesta para determinar el conocimiento de los jóvenes ecuatorianos con relación a las ITS y si es la radio el medios más utilizado por los jóvenes para conocer sobre las ITS. Cuestionario aplicado antes del grupo de discusión:

- 1.- ¿Qué significa el término ITS?
- 2.- ¿Cuáles son las vías de transmisión de las ITS?
- 3.- ¿Cuáles son las principales ITS?
- 4.- ¿Las ITS pueden curarse?
- 5.- ¿Cómo se previenen las ITS?
- 6.- ¿Conoces los métodos para protegerte de las ITS?
- 7.- ¿Qué es el VIH/SIDA?
- 8.- ¿A través de qué medios te informas?
- 9.- ¿Se puede contraer el VIH a través del sexo oral?

Segunda aplicación de la encuesta: determinar el conocimiento adquirido después del grupo de discusión. Cuestionario aplicado después del grupo de discusión:

- 1.- ¿Qué significa el término ITS?
- 2.- ¿Cuáles son las vías de transmisión de las ITS?
- 3.- Mencione las principales ITS
- 4.- ¿Cómo se previenen las ITS?
- 5.- ¿Conoces los métodos para protegerte de las ITS?
- 6.- ¿Conoces qué es el VIH?
- 7.- ¿Cómo se transmite el VIH?
- 8.- ¿Se puede contraer el VIH a través del sexo oral?

ANEXO 3:

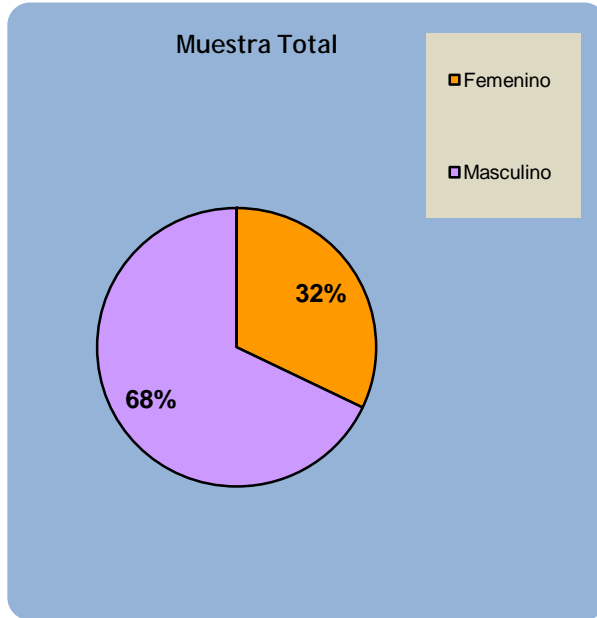


Fig. 3.1 Muestra total distribuida por sexos.

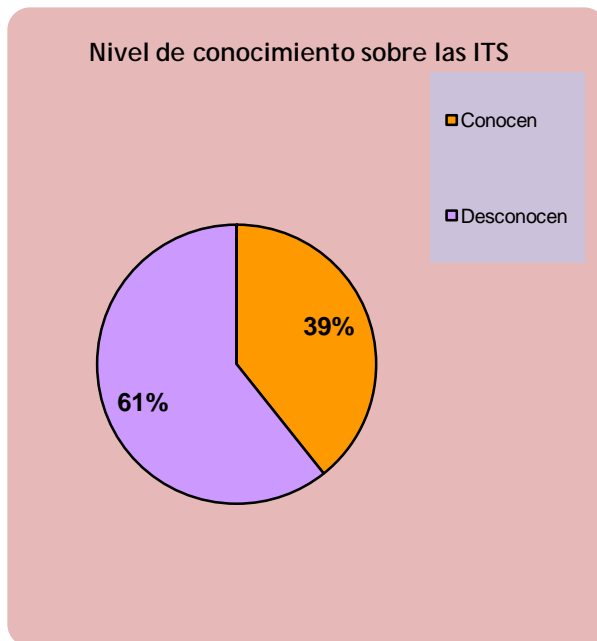


Fig. 3.2 Nivel de conocimiento sobre las ITS antes del grupo de discusión.



Fig. 3.3 Medios de comunicación por los que se informan los jóvenes ecuatorianos con relación a las ITS.

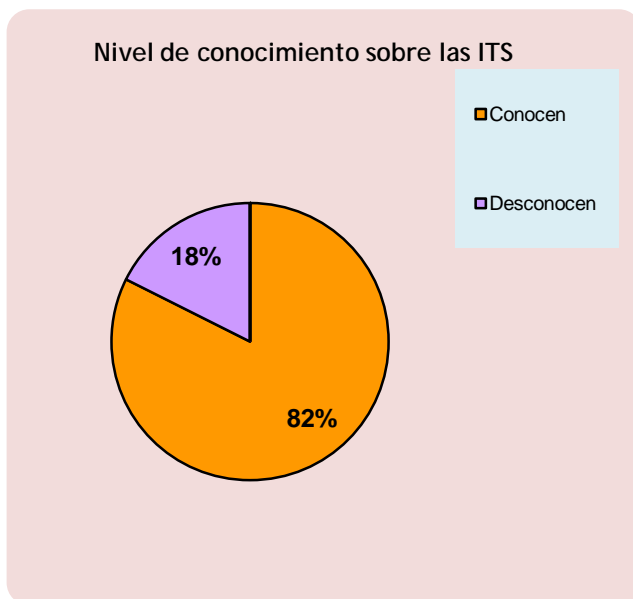


Fig. 3.4 Nivel de conocimiento adquirido después del grupo de discusión.

ANEXO 4:

Experiencias del taller. Se tomaron tres relatos al azar sobre la experiencia del grupo de discusión que se detallan a continuación:

- Buen taller de prevención y explicación para romper tabúes dentro de la sociedad, con un tema que es sumamente necesario conocer a cabalidad para asumir una sexualidad responsable.
- Fue de gran ayuda, ya que mediante este tipo de discusiones se puede prevenir y combatir de alguna manera las enfermedades que aún no tienen cura y formar conciencia en las personas.
- Fue algo muy interesante, aunque al inicio me pareció un poco aburrido tal vez por la poca importancia que le di al tema, pero una vez escuchado lo que hablaban los promotores todo cambió y el taller se tornó muy interesante hasta el punto de quedarme claro lo relacionado al tema.

ANEXO 5:



Fig.5.1 Dinámica de presentación.



Fig.5.2 Desarrollo de la dinámica de presentación.



Fig.5.3 Desarrollo del grupo de discusión.



Fig.5.4 Dinámica para demostrar las redes de transmisión.



Fig. 5.5 Demostración de cómo se transmiten las ITS



Fig. 5.6 Uso adecuado del condón.



Fig.5. 7 Entrega de preservativos.



Fig. 5.8 Sexo seguro en tus manos.



Fig.5. 9 Finalización del grupo de discusión.