



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**“ANÁLISIS DE LA NECESIDAD DE UN ESPACIO TELEVISIVO QUE
TRATE DE SEXUALIDAD CON LA PROPUESTA DE LA CREACION DE
UN PROGRAMA SEMANAL”**

Proyecto de grado que se presenta como requisito para
optar por el título de Licenciadas en Comunicación Social.

**Autoras: Anzules Cruz Katherine Solange
Ortega Yzaguirre Jessenia Paola**

Tutor: Fabrizzio Andrade

Guayaquil - Ecuador

Junio del 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciadas en Comunicación Social.

Tutor: Fabrizzio Andrade

Guayaquil - Ecuador

Junio del 2012

APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema: Análisis de la necesidad de un espacio televisivo que trate de sexualidad con la propuesta de la creación de un programa semanal.

De las egresadas:

Anzules Cruz Katherine Solange
Ortega Yzaguirre Paola Jessenia

De la Facultad de Comunicación Social

Guayaquil, Junio del 2012

Para constancia Firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Las egresadas de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Señoritas Anzules Cruz Katherine Solange y Ortega Yzaguirre Paola Jessenia, dejan constancia escrita de ser las autoras responsables de la tesis presentada, por lo cual firma:

Anzules Cruz Katherine Solange

C.I. 092403331-9

Ortega Yzaguirre Paola Jessenia

C.I. 0927708917-7

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación nos corresponde exclusivamente a nosotras; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

Anzules Cruz Katherine Solange

Ortega Yzaguirre Paola Jessenia,

DEDICATORIA

- A Dios, por las personas que puso en mi camino.
- A mis padres Amadeo y Ana, por su confianza y su apoyo en mis años de estudios.
- David Andrade y familiares, por su colaboración desinteresada.
- Los profesores, amigos y colegas de la universidad por los momentos inolvidables que hemos vivido.
- Y finalmente a todas las personas que me brindaron sus palabras de aliento y apoyo.

Gracias.

Jessenia Paola Ortega Yzaguirre.

Anzules Cruz Katherine Solange

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CARÁTULA	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	i
APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN	ii
ACTA DE RESPONSABILIDAD	iii
DECLARACIÓN EXPRESA	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DEL CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	4
EL PROBLEMA	4
Planteamiento del problema	4
Ubicación del Problema en su contexto	4
Situación en conflicto	5
Delimitación del problema	6
Formulación del problema	6
Evaluación del problema	7
Objetivos de la investigación	8
Justificación e importancia de la investigación	8
CAPITULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
Antecedentes del estudio	10
SEXUALIDAD	13
MÉTODOS DE PLANIFICACION FAMILIAR	14
Definición:	14
CLASIFICACIÓN	15
ABSTINENCIA	15
Métodos naturales o planificación familiar natural	15

Métodos de barrera.....	15
Dispositivos intrauterinos	16
Anticoncepción hormonal.....	16
Método de la amenorrea de la lactancia materna.....	16
Esterilización quirúrgica voluntaria	16
Métodos de barrera.....	17
Preservativo o condón masculino.....	17
Anticoncepción hormonal.....	18
CLASIFICACION DE LOS ANTICONCEPTIVOS.....	18
HORMONALES	18
Anticoncepción hormonal.....	18
COITUS INTERRUPTUS O MÉTODO DEL RETIRO	19
Voluntario.....	19
Método del ritmo.....	19
Método de lactancia amenorrea (mela)	20
MITOS Y REALIDADES SOBRE EL USO	20
Condón	20
Anticonceptivos orales.....	21
CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE UNA RELACIÓN SEXUAL INMADURA.....	22
La pareja y la vida en común	23
El adolescente y la sexualidad adulta	24
El matrimonio:	24
Las relaciones extramatrimoniales	24
Conciencia Sexual	24
Hipótesis	25
Variables de la investigación	26
Variable independiente.....	26
Variable dependiente.....	26
Definiciones Conceptuales	26
Sexología:.....	26
Comunicación transcultural	27
Motivación:	27
Conciencia social:	27

Previsión:	28
Tipos de prevención.....	28
· Selectiva:.....	28
· Indicada:	29
Medios de comunicación:	29
CAPÍTULO III	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
Modalidad de la investigación	30
Tipo de investigación	30
Población y Muestra	31
Operalización de las variables	31
Instrumentos de investigación.....	32
Recolección de la información	32
Procesamiento de los datos y análisis	33
Criterios para la elaboración de la propuesta	33
Criterios para la validación de la propuesta.....	33
CAPÍTULO IV	34
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	34
LA ENCUESTA.....	34
CAPÍTULO V	39
PROPUESTA PROGRAMA SEMANAL	39
Introducción	39
Objetivos de la Investigación.....	39
Objetivo General.....	41
Grupo Objetivo	42
Organigrama	42
CAPÍTULO VI	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
Conclusiones	55
Recomendaciones	55
ANEXOS.....	59
ANEXO 1: ENCUESTA	59

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	32
TABLA 2 ENCUESTA PREGUNTA 10.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Circuito del habla	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2 El modelo del proceso de la comunicación..	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 3 Modelo de comunicación según Koontz .	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO: 4 ENCUESTA PREGUNTA 4	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO: 5 ENCUESTA PREGUNTA 5	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO: 6 ENCUESTA PREGUNTA 6	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO: 7 ENCUESTA PREGUNTA 7	¡Error! Marcador no definido.
GRAFICO: 8 ENCUESTA PREGUNTA 8	¡Error! Marcador no definido.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Comunicación Social

**“ANÁLISIS DE LA NECESIDAD DE UN ESPACIO TELEVISIVO QUE
TRATE DE SEXUALIDAD CON LA PROPUESTA DE LA CREACION DE
UN PROGRAMA SEMANAL”**

Autoras: Katherine Solange Anzules Cruz

Jessenia Paola Ortega Yzaguirre

Tutor: Ing. Fabrizzio Andrade Zamora, MSc.

RESUMEN

La conciencia es la expresión más compleja y sintética de lo real, expresa el verdadero ser del sujeto, ya que es la interiorización subjetiva de la abstracción del mundo en la personalidad de dicho sujeto. El conocimiento que sobre la sexualidad va adquiriendo el adolescente se forma a lo largo de su recorrido histórico, lo que lo lleva a definir un comportamiento ante la vida y la sociedad en que se desenvuelve, es decir, la conciencia social se condensa en conciencias individuales por medio de referentes que provienen de los modos de apropiación de lo real y que son: la teoría, la empírica, la religión, medios de comunicación. En el desarrollo de la conciencia sexual del hombre, intervienen aspectos relacionados con el encéfalo humano y que corresponden a los caracteres biológicos y psicológicos, sociológico sin olvidar la presencia de lo sociocultural. El propósito de esta investigación es determinar el grado de influencia de los distintos referentes, en la formación de conciencia sobre sexualidad en adolescentes. En una muestra de 30 adultos, personas a las cuales se llevó a cabo un estudio observacional, transversal y comparativo, con un diseño de tipo encuesta comparativa, y con una metodología analítica. Los hallazgos de este estudio fueron que del análisis de los datos agrupados por nivel de influencia, en los medios de comunicación sobre creación de un programa de televisión para el público adulto.

sexualidad

Conciencia

Medios
Comunicación

Adultos

ABSTRACT

Conscience is the most complex and synthetic reality, expresses the real being of the subject, since it is the subjective internalization of abstraction of the world in the personality of the subject. The knowledge about sexuality is acquiring the adolescent is formed along its traditional route, which leads him to define a behavior towards life and society in which it operates, ie the social conscience is condensed in individual consciences through references that come from the modes of appropriation of the real and which are: theory, empirical, religion, media. In developing male sexual awareness, involving aspects of the human brain and characters corresponding to the biological and psychological, sociological, not to mention the presence of the sociocultural. The purpose of this research is to determine the degree of influence of different referents in shaping adolescent sexuality awareness. In a sample of 300 adults, people they took out an observational, transversal and comparative study with a comparative survey of type design, and analytical methodology. The findings of this study were that the analysis of the data grouped by level of influence in the media about creating a television show for adult audiences.

Communication Media

Awareness

Adult

Sexuality

INTRODUCCIÓN

La adultez, además de ser un periodo de estabilización y equilibrio, es una fase decisiva de evolución, es una de mayor independencia psicológica, es la etapa en donde se toman decisiones muy importantes como el trabajo, la vida social y el matrimonio. Donde el individuo ya ha terminado de desarrollar su creatividad, su individualidad, sus habilidades, se ha planteado metas y proyectos de vida.

Podemos recordar que la sexualidad se refiere a todo lo que somos como hombre o como mujer, con nuestro cuerpo, sentimientos, pensamientos, costumbres, normas de comportamiento, etc.

Por lo tanto, la sexualidad no aparece en la adolescencia, nos acompaña desde que nacemos hasta que nos morimos; eso sí, se expresa de forma diferente durante la infancia, la adolescencia, la edad adulta y la edad madura.

En la adolescencia deben exponerse por tanto los detalles de contacto sexual; ya que al ser una etapa que transcurre en un período de transición entre la niñez y la adultez, y que está caracterizada por cambios notables en el desarrollo físico, mental, emocional, y social del individuo, donde se encuentra con desafíos que deben enfrentar los y las adolescentes relacionados con la práctica de su sexualidad y el riesgo que este conlleva, por el advenimiento de embarazo no deseado y sus consecuencias, de contraer Infección de Transmisión Sexual (ITS) y otros muchos riesgos derivados de la práctica sexual con consecuencias perjudiciales para su salud.

Al respecto Wikipedia define a la adultez como; “A un organismo con una edad tal que ha alcanzado la capacidad de reproducirse. En el contexto humano el término tiene otras connotaciones asociadas a aspectos sociales y legales. La adultez puede ser definida en términos fisiológicos, psicológicos, legales, de carácter personal, o de posición social”

La Educación Sexual constituye una necesidad en la sociedad porque tiene entre sus objetivos capacitar al hombre para que en sus relaciones con el otro sexo pueda disfrutar de los más humanos valores y crear las condiciones materiales y espirituales óptimas para el fortalecimiento de los más legítimos sentimientos de amor, respeto y solidaridad que sobre la base de la plena igualdad deben existir entre sus miembros.

Este proyecto tiene la intención de diagnosticar la problemática de la salud sexual y reproductiva de los adultos en actitudes, prácticas y conocimientos para futuras investigaciones relacionadas con la promoción de salud la cual resulta una función de reconocida eficacia para conservar la sanidad de una población que tiene actualmente muy poco desarrollo en los servicios de salud.

La existencia pues, de poca concientización actual del problema, de la no percepción de riesgo y de la existencia de escasa disponibilidad y validación de modelos e instrumentos para modificar conocimientos y conductas relacionados con la sanidad sexual, nos motivaron a realizar este trabajo, partiendo de la relevancia que en el orden social y de salud tiene promover sanidad en la práctica sexual en las y los adultos.

La importancia se da a la investigación, es principalmente, porque no hay una creación de un programa de televisión como medio mediático y de Comunicación.

En el capítulo I veremos el problema en su desarrollo y entorno, la ubicación del mismo luego del pre-análisis realizado dentro de la ciudad, esperando encontrar las causas y efectos que se están cursando y que perjudican a la empresa.

En el capítulo II, las autoras de la investigación, se respaldará de las bases científicas desde libros como el de Flora Davis de la comunicación no verbal que nos servirá de referencia básica en las actitudes de la personas.

El tercer capítulo III aplicaremos herramientas de investigación, desde las encuestas a las personas y entrevistas

En el capítulo IV del proyecto, las autoras detallan un análisis porcentual de las respuestas recibidas a la encuesta.

En el capítulo V, se detalla la matriz de comunicación interna o grupos primarios.

En el capítulo V, las conclusiones y recomendaciones se detalla la matriz de comunicación interna o grupos primarios.

Y finalmente las conclusiones y recomendaciones en el capítulo VI.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del Problema en su contexto

La sexualidad ha estado rodeada en nuestra cultura de forma tradicional de una areola de misterio y obscuridad. Todo lo relacionado con ella se consideraba sucio y pecaminoso, animal, primario, ofensivo. Dios nunca se llevó bien con el sexo y sus iglesias siempre lo han perseguido y controlado.

Los términos pureza y sexo siempre se han considerado antagónicos. El sexo ha sido nuestro principal "tabú" social, el sexo y todos los aspectos que de una u otra forma se relacionan con este componente primario de nuestra personalidad.

Pero, afortunadamente, esta valoración ha empezado a modificarse. En este siglo, especialmente en el último cuarto, la sexualidad ha pasado a ser objeto de estudio científico. Estas investigaciones han ido progresivamente arrojando nueva luz sobre el tema, convirtiéndolo en un asunto cotidiano, sometido al debate público.

Los medios de comunicación también se han constituido en una importante caja de resonancia, aunque sólo sea por los importantes índices de audiencia que alcanza cualquier programa dedicado a este tipo de temas.

Diversos factores de índole científico, social y demográfico han hecho que la sexualidad haya dejado de ser ese "tabú" que mencionábamos, para convertirse, poco a poco, y con el paso del tiempo, si no en un tema como cualquier otro, sí en un aspecto de nuestra vida al que consideramos que debemos prestarle la adecuada atención.

De alguna forma esta nueva conceptualización de la sexualidad puede considerarse revolucionaria, al igual que se ha considerado revolucionario otro tipo de avances técnicos y científicos que han cambiado nuestras vidas, ya que también lo han sido sus consecuencias:

Situación en conflicto

La visión del mundo en el que vivimos, de las personas y sus motivaciones, así como de la relación que mantenemos unos con otros, ya no es la misma, no las juzgamos basándonos en los mismos parámetros. ¿Qué mayor revolución que ésta, que nos implica de forma tan profunda y tiene repercusiones tan generales y cotidianas en nuestras vidas?

La finalidad reproductiva no es más que otro factor de la sexualidad. Pretender que esta función defina la actividad sexual es olvidar que la afectividad también está relacionada con la sexualidad. Nos reproducimos muy pocas veces a lo largo de nuestra vida, tal vez nunca, sin embargo, nuestra capacidad afectiva y sexual está siempre presente. Es cierto que podemos intentar negarnos a nosotros mismos la afectividad y la sexualidad.

Los conceptos sociales son las herramientas que utilizamos para interactuar con el medio social y físico en el que nos desenvolvemos. Es la sabiduría que no hemos tenido que aprender de la experiencia, la que se ha implantado en nosotros mediante la transmisión oral o el aprendizaje vicario, es decir, observando y escuchando a los demás.

Estos conocimientos son muy útiles para nosotros ya que evitan que cometamos importantes y peligrosos errores al enfrentarnos con el mundo físico y social. Pero estas ventajas también tienen su contrapartida; no siempre estos conceptos responden a una realidad objetiva y útil, sino que al ser construcciones sociales que se implantan en el individuo desde la primera infancia limitan claramente la forma que tiene éste de conocer la realidad que le rodea. Es lo que habitualmente se conoce como "prejuicio", es decir, valoraciones realizadas sin que medie una experiencia previa directa.

Es importante aclarar esto antes de pasar a analizar el concepto que nuestra sociedad tiene de las personas homosexuales y de su forma de vida, es decir, de las características específicas que socialmente se

atribuyen a estas personas por el simple hecho de sentir atracción sexual por otras de su mismo sexo.

La sexualidad también tiene un importante papel en la construcción de la identidad social y psicológica de los individuos. La atribución social de la identidad de género, es decir, definirse a uno mismo como hombre o mujer, es la primera clasificación que debe realizar el individuo, antes incluso que la étnica, religiosa u otra cualquiera. Antes que nada somos hombres o mujeres.

Delimitación del problema

Campo: Social

Área: Comunicación Social

Aspecto: Comunicación Interna

Tema: “Análisis de la necesidad de un espacio televisivo que trate de sexualidad con la propuesta de la creación de un programa semanal”

Problema: no hay un programa de crea conciencia sexual a los estudiantes de Comunicación Social”.

Delimitación espacial: Guayaquil, Ecuador

Delimitación temporal: Facultad de Comunicación Social

Formulación del problema

¿Cuáles son las causas y consecuencia de los adultos sobre la educación sexual y el mal uso de ella en las personas de la ciudad de Guayaquil?

Es el acto de expresar con términos precisos, claros y concretos un conjunto de elementos, datos y conocimientos es lo que usualmente entendemos por formular un principio, una ley o norma. Es prácticamente la culminación de todo el proceso que se desarrolló durante el planteamiento del problema, y esta formulación debe sintetizar y reflejar los aspectos más significativos de este proceso.

Evaluación del problema

Comunicación: Comunicación es el proceso por el cual una idea es transferida de una fuente a un receptor con la intención de cambiar su comportamiento. Es una fuente de transferencia entre las personas para que puedan compartir lo que sienten y saben y tiene la capacidad de inter-relacionarse.

La comunicación se ha dado desde siempre, de distintas maneras, gestos, gritos y luego hablando.

Transmitir: Acción técnica de mensajería instantánea más completa que la de emitir, por la que se envía un programa a la audiencia incluida a la zona de propagación.

Mensaje: Secuencia de signos o señales construidas según unas reglas combinatorias precisas, que un emisor envía a un destinatario a través de un canal, cuya forma resulta de la naturaleza de los medios empleados para la comunicación y del código utilizado

Medios de comunicación: Cualquier sistema de transmisión de un mensaje a un público numeroso y heterogéneo a través de los diferentes instrumentos técnicos existentes: prensa, cine, radio, televisión, libro, etc. También por extensión, se da a las empresas que lo producen. Interpretes de la realidad y suministradores de la información.

Objetivos de la investigación

Objetivos generales

Identificar el tipo de conciencia y conocimiento que tienen los adultos sobre sexo en la Ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Determinar la creación de un programa de televisión
- Evaluar o señalar si los adultos apunta directamente a la sensibilidad y a la emociones de cada uno de ellos.
- Analizar la situación actual de la sexología en los adultos.
- Determinar las formas de uso de información dentro de los medios de comunicación.

Justificación e importancia de la investigación

En vista de que no se encontró, al menos en la búsqueda que realizamos las autoras, estudios relacionados con los objetivos de ésta investigación, tampoco se encontró algún instrumento de investigación que ayudara a la consecución de dichos objetivos, es decir, no se encontró instrumento alguno que versara sobre la participación de los distintos modos de apropiación de lo real en la conformación de conciencia sobre sexualidad, por lo que para la obtención de datos de las variables de estudio que contiene ésta investigación se procedió a la elaboración de los mismos.

En lo que respecta al primer instrumento, condiciones socio demográficas, se tomó como modelo el de (Bronfman, 1988) instrumento que fue evaluado por especialistas en el ramo donde figuraron maestros en ciencias de salud reproductiva, epidemiología, filosofía y administración, que después de dos revisiones se consideró listo para su impresión y aplicación en su fase piloto definitiva.

En lo relacionado al segundo instrumento de investigación, el proceso de elaboración fue más complejo, ya que no se encontró ningún modelo relacionado al objeto de estudio que aquí se pretendía realizar. Se elaboró por cuenta propia un instrumento que se modificó y amplió en su contenido de acuerdo con las observaciones emanadas por investigadores en el campo de la filosofía, psicología, epistemología y epidemiología, ya que fue sometido a consideración de dichos investigadores por tres ocasiones y una vez más después de la prueba piloto. Se hace la aclaración de que todas las preguntas fueron cerradas con respuestas dicotómicas (falso y verdadero), no agregándose el "no sé", por temor a que los adultos tomara el camino más fácil que es precisamente el "no sé". (pág. 22)

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio

Para una mejor comprensión del presente trabajo; es conveniente revisar el antecedente histórico sobre la sexualidad, porque estamos ligados en gran medida por una herencia sexual que se ha transmitido de generación en generación; pero en otros ámbitos, las ideas modernas sobre el sexo y la sexualidad difieren sustancialmente de los modelos de antaño.

En los siglos XVIII y XIX la ciencia y la medicina, reflejan la actitud negativa hacia la sexualidad, es el caso de (Ebing, 1840-1902), que enfoca la sexualidad humana como una colección de nauseabundas enfermedades, reflejando desagrado hacia la sexualidad, por lo que ha sido refutado; no obstante con frecuencia se considera como fundador de la Sexología Moderna (pág. 15).

Las doctrinas según (Freud, 1856), médico vienés han desempeñado también un importante papel en el estudio de la sexualidad y su mérito está dado en que demostró la trascendencia de la sexualidad en los individuos; su teoría de la personalidad, tiene como pivote el desarrollo sexual en las diferentes etapas de la vida, en un momento de tabúes y de enjuiciamiento de las conductas sexuales. Fue sin duda, uno de los investigadores más originales que en la esfera científica desafió en su época (pág. 2).

Los jóvenes buscan el contacto corporal como manera de lograr su identidad, ya que la adolescencia es una etapa de crisis en que el cuerpo, los valores y el mundo interno del individuo se encuentran en total transformación.

Aprenden a acercarse a sí mismos acercándose a los otros, y mientras la mujer busca su identidad femenina a través del ser penetrada, el varón lo hace a través de sus genitales en el acto de penetración.

Muchas veces, los adultos, suelen mantener relaciones promiscuas, en una actitud de acostarse con cualquiera, cuadros frecuentes, y cuya explicación debe buscarse en la necesidad de aliviar la soledad, tristeza y aflicción, a través de compañía y caricias que terminan en coitos no esperados y sin sentido.

Esta suele ser una actitud generalizada en los adultos que emigran del interior para trabajar en casas de familia, desamparados, alejados de su núcleo familiar. Luego con una carencia afectiva, se sienten injertadas dentro de estructuras familiares ajenas, a las que deben servir y de las cuales se hallan absolutamente marginados, tanto si trabajan en ellas.

La Encuesta Nacional de Salud Familiar (FESAL 1993) reporta que 70% de las mujeres han tenido su primer acto sexual antes de cumplir 18 años de edad. Esta primera experiencia sexual suele ocurrir más temprano en las mujeres que tienen menos escolaridad, presentándose casi siempre una relación inversa con el nivel educativo.

Datos del mismo informe de FESAL 93, reportaron que los métodos usados por las mujeres en su primera experiencia sexual marital, fueron según orden de prioridad: los orales, los condones, el retiro y el ritmo. En cambio, para las que reportaron experiencia premarital: fueron los condones, el ritmo, el retiro y los orales; Estos resultados permiten afirmar que la mayoría de mujeres estuvieron expuestas en su primer acto sexual, ya que no usaron anticonceptivos o usaron métodos menos eficaces como retiro o ritmo.

No existe evidencia de un vínculo causal entre la planificación familiar y la promiscuidad. Los conocimientos actuales sugieren que un enfoque realista hacia los cambios contemporáneos, en el comportamiento de los y las adultos, consiste en combinar la información con la disponibilidad de servicios de planificación familiar los cuales deben ser: accesibles, baratos y fáciles de usar.

Es necesario valorar los siguientes factores para tomar una decisión:

- Factores personales, socio-culturales, políticos y ambientales.
- Edad.
- Estado civil.
- Paridad.
- Hábitos sexuales.
- Riesgo de enfermedad de transmisión sexual.
- Actitud del compañero o de la pareja.
- Actitud del padre, de la madre o de la familia.
- Presión de los amigos.
- Ambiente rural o urbano.

SEXUALIDAD

La sexualidad humana es el modo de ser, de relacionarse y de vivir como hombre y como mujer. Es una función normal del ser humano, que evolucionó junto con la mentalidad del ser. Se podría afirmar que la sexualidad es una construcción social ya que no solo es producto de la naturaleza biológica sino también, del entorno cultural y social en el que está inserto el individuo. Lo que permite marcar condiciones dentro de las cuales el sujeto puede o debe implementar o desarrollar su comportamiento erótico o sexual para que se abran nuevas posibilidades hacia el estudio y la comprensión de la sexualidad. Esto nos dice que muy pocos son los que viven su sexualidad como quieren y muchos como pueden. (1-4)

La sexualidad constituye un aspecto legítimo e imprescindible para el desarrollo y la construcción del ser; es una dimensión esencial de la persona y está presente desde el momento de la concepción, impregnando a todo el individuo. La sexualidad al ser un proceso vital, que no se inicia con la adolescencia si no que es inherente al ser humano, desde al nacimiento hasta la muerte, va a constituir un todo con la vida misma y a ser un elemento integrante fundamental de la personalidad, que no garantiza por otra parte que los adolescentes y adultos adquieran conocimientos adecuados en materia de sexualidad, para prevenir una conducta sexual temprana o irresponsable; aunque la educación sexual represente un factor muy importante, intervienen también otros factores, que incluye la identidad de género y se relaciona con nuestro reconocimiento y aceptación de nosotros mismos como varón o mujer; el rol sexual, la orientación sexual; la identidad sexual; el conocimiento sexual; las actitudes y valores en sexualidad (12)(13).

Concepto de Salud Sexual y Reproductiva (SSR): En la conferencia internacional de población y desarrollo en el Cairo en 1994 se ratificó el concepto de Salud Sexual y Reproductiva en el marco de la definición de la salud de la OMS. "...asegurar que el individuo sea capaz de tener una

vida sexual responsable, con satisfacción y libre de riesgos con la capacidad de reproducirse y la libertad para decidir cuándo y con qué frecuencia hacer el amor” y el sexo. En esta última condición está implícito el derecho del hombre y la mujer a recibir información y a tener acceso efectivo aceptable a un costo razonable y libre de riesgos a los métodos de regulación de la fecundidad de su elección, a si como el derecho a acceder a servicios adecuados de salud que permitirían a la mujer tener un embarazo y un parto seguro y a la pareja la oportunidad de tener hijos sanos.

Conceptos asociados a la Salud Sexual y Reproductiva: Salud, Equidad, Salud Sexual, Planificación familiar y género.

MÉTODOS DE PLANIFICACION FAMILIAR

Definición:

Los métodos anticonceptivos son todos aquellos mecanismos utilizados voluntariamente, por el hombre, la mujer o la pareja, idealmente de común acuerdo, con el fin de evitar la concepción. Los métodos anticonceptivos varían según el momento de uso, aplicación, forma y eficacia, mecanismo de acción, entre otros.

Los principales mecanismos de acción son los siguientes: impedir el contacto de los espermatozoides con el óvulo (barrera), impedir la liberación del óvulo (hormonales, modificando la condición del endometrio).

Existen otros tipos de métodos que evitan la concepción de manera permanente mediante técnicas quirúrgicas (definitivos).

También como planificación familiar natural, se establece la abstinencia de actos sexuales de la pareja durante la época fértil en el ciclo menstrual de la mujer. Los métodos anticonceptivos pueden dividirse en dos grandes grupos, tomando en cuenta la reversibilidad o no del método: los temporales y los permanentes.

CLASIFICACIÓN

ABSTINENCIA

Métodos naturales o planificación familiar natural

- Método del ritmo (calendario).
- Método de temperatura basal del cuerpo (TBC).
- Método del moco cervical o Billings.
- Método sintotérmico (combinación de los anteriores).
- Coitus interruptus o método del retiro voluntario.

Métodos de barrera

- Preservativo o condón masculino.
- Condón femenino.
- Diafragma.
- Capuchones cervicales.

- Espermicida.
- Esponjas vaginales.

Dispositivos intrauterinos

- DIU liberadores de cobre.
- DIU liberadores de progestina (con progestágenos).

Anticoncepción hormonal

- Anticonceptivos orales
- Anticonceptivos orales combinados (AOC).
- Monofásicos
- Bifásicos
- Trifásicos
- Anticonceptivos inyectables.
- Anticonceptivos inyectables combinados (AIC).
- Anticonceptivos inyectable solo de progestina (AISP).
- Implantes subdérmicos de progestina.
- Otros anticonceptivos hormonales.

Método de la amenorrea de la lactancia materna

(MELA).

Esterilización quirúrgica voluntaria.

- Femenina (Minilap, Laparoscopia).
- Masculina (Vasectomía).

Métodos de barrera

Son métodos anticonceptivos que consisten en barreras físicas y / o químicas que impiden el encuentro entre el óvulo y el espermatozoide.

Dentro de las características de los métodos anticonceptivos de barrera, se tienen: Son seguros y relativamente confiables para las parejas que están suficientemente motivadas para usarlos. Las barreras mecánicas (condón, diafragma, capuchón cervical) evitan que los espermatozoides penetren en el canal cervical. Las barreras químicas (espermicidas) matan y vuelven inactivos a los espermatozoides.

Preservativo o condón masculino

Es el único método no permanente para evitar embarazos que pueden utilizar los hombres. Se conoce también como preservativos, profilácticos, gomas o forros. Tienen la función de cubrir el pené durante el acto sexual, no dejando que el esperma del hombre entre en contacto con la vagina, en general se fabrican de látex.

La eficacia da cifras al emplear un uso correcto y sistemático de 3 embarazos por 100 mujeres en el primer año de uso.

El uso típico da 14 embarazos por 100 mujeres en el primer año de uso.

Anticoncepción hormonal

Son una combinación de sustancias estrógenos y progestinas o solo de progestina que evitan el embarazo.

CLASIFICACION DE LOS ANTICONCEPTIVOS

HORMONALES

Anticoncepción hormonal

- Anticonceptivos orales
- Anticonceptivos orales combinados (AOC).
- Monofásicos
- Bifásicos
- Trifásicos
- Anticonceptivos inyectables.
- Anticonceptivos inyectables combinados (AIC).
- Anticonceptivos inyectable solo de progestina (AISP).
- Implantes subdérmicos de progestina.
- Otros anticonceptivos hormonales

COITUS INTERRUPTUS O MÉTODO DEL RETIRO

Voluntario

Es un método de planificación familiar que consiste en retirar el pené de la vagina antes de producirse la eyaculación.

La técnica consiste en retirar el pené de la vagina antes de la eyaculación. Para ello se requiere:

- Retirar todo el líquido de la punta del pené antes de penetrar en la vagina, esa gota de líquido pre-eyaculatoria puede contener millones de espermatozoides.
- Cuando el hombre sienta que esta a punto de eyacular debe retirar el pené del interior de la vagina y eyacular lejos de la entrada de la misma.

En su eficacia se menciona que el uso típico da 5 a 25 embarazos por 100 mujeres en el primer año de uso.

Método del ritmo

Consiste en reconocer los días fértiles e infértiles de la mujer, basada en el cálculo de la duración de los ciclos menstruales anteriores.

En cuanto a las características de su eficacia citamos:

- El uso correcto y sistemático da 5 a 14 embarazos por 100 mujeres en el primer año de uso.
- Uso típico 20 embarazos por 100 mujeres en el primer año de uso.

Método de lactancia amenorrea (mela)

Es un método temporal de planificación familiar, que utiliza la fecundación temporal que ocurre durante la lactancia.

Existen tres criterios que permiten a la mujer determinar su riesgo de quedar embarazada durante el estado natural de infertilidad asociado con la lactancia materna. Las guías para el uso del MELA especifican que se deben tener los tres criterios para que éste pueda tener una eficacia de más del 99% en la prevención del embarazo.

Los criterios son:

- La mujer que esta lactando no debe haber tenido la menstruación desde el parto; este estado se conoce como amenorrea de la lactancia.
- La mujer debe amamantar de manera exclusiva o casi exclusiva.
- El o la lactante debe tener menos de 6 meses.

MITOS Y REALIDADES SOBRE EL USO

Condón

Mito

El condón protege al 100 por ciento de la posibilidad de adquirir una enfermedad de transmisión sexual.

Realidad

Es un buen método para la protección de este tipo de males, pero no es 100 por ciento seguro.

Mito

Sólo en adultos se debe usar el condón.

Realidad

Toda persona que inicie con su vida sexual puede usar el condón.

Mito

Es más seguro usar doble condón.

Realidad

El uso de dos condones aumenta las posibilidades de que estos se deslicen o se rompan por la fricción que existe entre ambos, dando la posibilidad de salida de semen.

Anticonceptivos orales

Mito

¿Las pastillas anticonceptivas engordan?

Realidad

Definitivamente no. En algunos casos puede darse un discreto aumento de 1 ó 2 kilos, por retención de líquidos.

Mito

¿La píldora produce esterilidad?

Realidad

Totalmente falso, es un método reversible. Cuando se interrumpe el tratamiento los ovarios vuelven a funcionar, con la misma probabilidad de embarazo que antes de tomarla.

Mito

¿Tras la toma de la píldora aumenta el embarazo gemelar?

Realidad

No es cierto. No hay aumento de embarazos múltiples en mujeres que tomaron la píldora anticonceptiva, ya que al suspender el tratamiento, se pone en marcha de nuevo el funcionamiento "normal" de los ovarios y se produce por tanto, un solo óvulo.

CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE UNA RELACIÓN SEXUAL INMADURA

Los jóvenes buscan el contacto corporal como manera de lograr su identidad, ya que la adolescencia es una etapa de crisis en que el cuerpo, los valores y el mundo interno del individuo se encuentran en total transformación.

Aprenden a acercarse a sí mismos acercándose a los otros, y mientras la mujer busca su identidad femenina a través del ser penetrada, el varón lo hace a través de sus genitales en el acto de penetración.

Muchas veces, los adolescentes, suelen mantener relaciones promiscuas, en una actitud de acostarse con cualquiera, cuadros frecuentes, y cuya explicación debe buscarse en la necesidad de aliviar la soledad, tristeza y aflicción, a través de compañía y caricias que terminan en coitos no esperados y sin sentido.

Esta suele ser una actitud generalizada en los adolescentes que emigran del interior para trabajar en casas de familia, o estudiar, desamparados, alejados de su núcleo familiar. Luego con una carencia afectiva, se sienten injertadas dentro de estructuras familiares ajenas, a las que deben servir y de las cuales se hallan absolutamente marginados, tanto si trabajan en ellas, como si toman pensión para sus estudios. Arriba

Los jovencitos, adolescentes, o púberes, suelen darnos ejemplos de la inmadurez de la relación, cuando lo realizan solo a título de mostrar su rebeldía contra los padres o contra la sociedad. Llegan al coito como una manera de mostrar su autonomía, su independencia y madurez. Es un desafío a la opresión de los padres y solo cumple este fin.

La pareja y la vida en común

La pareja surge espontáneamente como un vínculo emocional que compromete a quienes se aman.

El hecho de formar una pareja no significa que tenga que llevar al matrimonio. En ciertos sectores de jóvenes es cada vez más frecuente que los miembros de una pareja se dispongan a vivir en común. La elección de la pareja se basa no solo en la atracción sexual sino también en afinidades psicológicas y afectivas.

Los jóvenes valoran la capacidad mutua de comunicación y entendimiento en otras áreas, así como en la comprensión y el apoyo.

Las relaciones suelen durar muy poco tiempo, porque el adolescente todavía necesita desprenderse de actitudes egoístas e intolerantes para poder establecer una convivencia armónica.

El adolescente y la sexualidad adulta

El matrimonio:

Tradicionalmente, representaba para las personas la aspiración y el objetivo a alcanzar como culminación de las relaciones personales.

Actualmente los jóvenes ponen en reparo al matrimonio, aunque siguen constituyendo la meta en que desembocan la mayor parte de las relaciones amorosas. Los jóvenes opinan que casarse les quita un montón de libertad individual.

Por parte de las chicas la palabra “matrimonio” significa roles tradicionales bajo dominación masculina, de modo que se niega a formar una estructura de convivencia autoritaria y destructiva en la que los niños acaban pagando.

Las relaciones extramatrimoniales

La frustración en la pareja es un motivo más que contribuye a la búsqueda de otras relaciones.

Conciencia Sexual

El concepto de conciencia a lo largo de la historia, comúnmente se ha relacionado con preceptos que van desde lo "ético", "el ser consiente",

"conciencia social", "el estado de vigilia" (Fernandez, 1979) hasta llegar al concepto que sobre ella da (Covarrubias, 1995), quien dice que: "conciencia es la expresión más compleja y sintética de lo real, expresa el verdadero ser del sujeto, ya que es la interiorización subjetiva de la abstracción del mundo en la personalidad de dicho sujeto".

Por otro lado, también existe el concepto que se tiene dentro del campo de la psicología en el que se refiere a la conciencia como la forma superior del reflejo psíquico y que en ella coexisten dialécticamente lo ideal y lo material, lo objetivo y lo subjetivo (Núñez, 1987).

(Victor, 1990) Describe la conciencia como una propiedad de la materia orgánica complejamente organizada y menciona que antes de precisar la esencia misma de la conciencia, es necesario considerar que dentro de la actividad consciente, espiritual del hombre, quedan comprendidos sus pensamientos y sentimientos, su voluntad y carácter, sus sensaciones y concepciones, así como sus opiniones.

Ahora bien, en el sentido filosófico podemos decir que conciencia es la forma superior, específicamente humana de la realidad objetiva; desde una perspectiva epistemológica viene a ser el punto de partida en el conocimiento, no puede ser otro que la crítica de las ideas, representaciones, imágenes, creencias y convicciones -los supuestos de todo conocimiento- que agazapadas en nuestro interior, sustraídas a la conciencia, configuran nuestra forma de mirar al mundo y son paradójicamente, nuestra conciencia de realidad (velasquez, 1999).

Hipótesis

- Si se analizara la comunicación de esta red social Twitter para su buen uso y manejo.

Variables de la investigación

El término “Variables de investigación” significa designar el esbozo, esquema, prototipo, modelo o estructura que indica el conjunto de decisiones, pasos, fases y actividades por realizar en el curso de una investigación. También puede ser la estrategia a seguir por el investigador para alcanzar una adecuada solución al problema planteado.

Variable independiente

- Análisis de un plan de conciencia social a los adultos de la ciudad de Guayaquil sobre sexualidad.

Variable dependiente

- Creación de un programa de televisión para la concientización sobre la sexualidad.

Definiciones Conceptuales

Las autoras, después de haber hecho una exposición del marco teórico de la investigación a realizarse, considera importante dejar algunas definiciones del libro guía (págs. Revista Interactiva, SexoSalud; Peru):

Sexología: Es la ciencia que estudia la función sexual, el proceso de diferenciación sexual, los trastornos sexuales y la promoción de la salud sexual.

El manual diagnóstico de las enfermedades sexuales de la Federación Latinoamericana de Sociedades de Sexología y Educación Sexual (FLASSES) define sexo como” la condición orgánica la cual distingue al

varón de la hembra, donde condición alude a índole, naturaleza o propiedad de las cosas, mientras que orgánica se refiere a cuerpo dispuesto o apto para vivir. Por tanto, la palabra sexo conceptualiza la existencia de una estructura anatómica la cual permite distinguir al varón de la hembra” Dicha estructura anatómica posee una función denominada función sexual.

La condición orgánica que permite distinguir al varón de la hembra -sexo- es producto de un proceso o desarrollo de diferenciación que se inicia cuando el espermatozoide se une al óvulo formando un cigoto, mientras que la actividad propia del sexo –función sexual- es producto de un proceso de activación que se inicia cuando se pone en funcionamiento el estímulo y la respuesta sexual.

Comunicación transcultural: La comunicación eficaz es difícil incluso en las mejores condiciones. Es evidente que los factores transculturales presentan el riesgo de incrementar los problemas de la comunicación.

Motivación: Voluntad de llevar a cabo grandes esfuerzos para alcanzar las metas organizacionales, condicionada por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad individual.

Conciencia social: por su parte, puede definirse como el conocimiento que una persona tiene sobre el estado de los demás integrantes de su comunidad. El individuo con conciencia social es, justamente, consciente de cómo el entorno puede favorecer o perjudicar el desarrollo de las personas.

Se supone que el hombre entiende las necesidades del prójimo y pretende cooperar a través de distintos mecanismos sociales. La acción social para ayudar puede desarrollarse mediante la donación económica, las colaboraciones de alimentos o ropa, las actividades de voluntariado y otro tipo de asistencia.

Para el marxismo, la conciencia social o conciencia de clase es la capacidad de un sujeto para reconocerse como miembro de una clase social que mantiene relaciones antagónicas con el resto de las clases. Este concepto se basa en la noción de lucha de clases y en la concepción de una sociedad estratificada.

Previsión: Es el conjunto de acciones encaminadas a promover la salud de las personas, para reducir la probabilidad de que aparezcan problemas relacionados con el consumo de drogas”.

Tipos de prevención: según la conceptualización clásica y la más actual en contexto al sexo.

Clásica.

- **Primaria:** Se entiende antes de que surja el problema. Tiene como objetivo impedir el surgimiento del problema.

- **Secundaria:** El objetivo es localizar y tratar lo antes posible el problema cuya génesis no ha podido ser impedida con las medidas de prevención primaria.

- **Terciaria:** Se lleva a cabo una vez que el problema ha aparecido y su objetivo es evitar complicaciones y recaídas.

Actual.

- **Universal:** Es aquella que va dirigida a todos los adultos sin distinción.

- **Selectiva:** Es aquella que va dirigida a un subgrupo de adultos que tienen un riesgo mayor de ser consumidores que el promedio de los adultos en general. Se dirige, por lo tanto, a grupos de riesgo.

- **Indicada:** Es aquella que va dirigida a un subgrupo concreto de la comunidad, que suelen ser consumidores o que tienen problemas de comportamiento. Se dirige, por lo tanto, a individuos de alto riesgo.

Medios de comunicación: son instrumentos en constante evolución. Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, 1 cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia. A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (imprenta -siglo XV-) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial -desde la segunda mitad del siglo XX-), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para obtener la información necesaria para elaborar nuestro trabajo, se ha consultado la bibliografía en libros y principalmente en Internet, también elaboraré encuestas y entrevistas, utilizaré la observación de los programas en cuestión, buscaré investigaciones y trabajos anteriores sobre el tema y trataré de ponerme en contacto con personas bien informadas al respecto que puedan ofrecerme datos relevantes para mi investigación.

Modalidad de la investigación

Las autoras encontramos que la modalidad a aplicarse es la de proyecto factible con investigación de campo, que consiste en la investigar, elaborar y el desarrollar una propuesta de un modelo operativo y viable para la resolución de un problema, que está claramente descrito en el capítulo uno.

Tipo de investigación

La investigación se aplica a una modalidad de campo, del tipo explorativa y descriptiva transversal, pues explora lo que está pasando y encuentra los componentes generales del estudio y descriptivo porque registra, analiza e interpreta la naturaleza y composición de los procesos o fenómenos para luego presentar una interpretación correcta.

A apoyados por los principios de (Sabino, 2005) que nos dice que los estudios de campo, nos lleva a recabar información de una forma directa de la realidad mediante un trabajo concreto con los datos encontrados de primera mano, es decir en su forma original.

Además nos dice (Ferrer, 2005) que: “La investigación descriptiva transversal supone un corte en el tiempo para analizar, determinados aspectos y sacar conclusiones, sin fundamentar el procedimiento en la búsqueda de relaciones causa-efecto”. El tipo de la investigación es descriptiva, pues nos orientamos a recolectar información en relación a las personas o estudiantes de Comunicación Social.

Población y Muestra

Población

Según (Ramirez, 2004) la población es un subconjunto del universo, está conformado en atención a un número de variables que se van a estudiar, estas variables se hacen en particular a un grupos de personas, teniendo similares características que lo denotan de otro. Se tomará como población a 30 adultos de distintas razas.

Muestra

Debido a que la población es menor a 100, se deberá hacer la encuesta a todos. EL resultado tendrá 100% de confiabilidad y no se tomarán márgenes de dispersión ni de error. No se determina cálculo de confianza, ni de validez debido a la población señalada.

Operalización de las variables

La definición operacional, está basada principalmente en los principios de los procedimientos, que nos indicarán si las variables están conceptualmente bien definidas. Las autoras definiremos bien todos los indicadores para realizar la recolección de los datos para luego la información sea correctamente evaluada.

TABLA 1 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DIMENSIONES O CATEGORÍA	INDICADOR
Evaluación a los adultos de diferentes razas y condición social.	Independiente		
		Comunicación	100 % comunicados
• Creación de un programa de un programa de Televisión para Adultos	Dependiente	Social y Cultural	100% hábiles en manejo de los canales de comunicación

Fuente: Elaboración propia

Instrumentos de investigación

La encuesta y la entrevista serán necesarias para determinar los registros que debemos encontrar en la investigación, para tomar las decisiones de implementación como lo denota la variable independiente, las encuestas en lo que se refiere a determinar cómo se está estableciendo la comunicación actualmente y la entrevista para definir el conocimiento que estos tengan en cuanto a comunicación interna.

Los instrumentos se estarán dividiendo en 2 sectores: El primero obtendremos los datos de los adultos de cómo está funcionando la comunicación sexual y la segunda en cuanto como estos han tomado en cuenta la comunicación sexual hacia sus parejas.

Las encuestas y entrevistas serán revisadas por un experto en el área para validar su calidad en la recolección de la información.

Recolección de la información

Todos los datos se tomarán de las herramientas de la investigación, es decir de las encuestas y entrevistas realizadas, las preguntas irán acorde

a las variables investigadas, que permitan medirla y establecer criterios válidos.

Procesamiento de los datos y análisis

Los datos serán procesados en el programa estadístico SPSS, que maneja también gráficos donde podemos apreciar los resultados de una manera más clara y sencilla. Los análisis se los hará aplicando la técnica descriptiva, así mismo se irá determinado los valores perimétricos porcentuales.

Criterios para la elaboración de la propuesta

El libro de metodología de la investigación Hernández, Fernández & Baptista hablan de la normas de elaboración, presentación y evaluación de los datos recolectados, las autoras debemos ser precisa en el momento de hacer la encuesta y la entrevista, para establecer la correcta implementación del proyecto factible, el tutor Ing. Fabrizzio Andrade Z, certificará que las encuestas y entrevistas cumplan con los parámetros requeridos, útiles y necesarios para la propuesta de la creación de un programa de televisión.

Criterios para la validación de la propuesta

Para emitir un criterio confiable, se utilizarán las herramientas de investigación será en aval de la propuesta realizadas. El tutor validará la propuesta de la variable de medición.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

LA ENCUESTA

En este capítulo se muestra los análisis e interpretación de los resultados obtenidos. La tabulación permitió diferenciar varias oportunidades pero serán oportunamente determinadas en las conclusiones de la investigación.

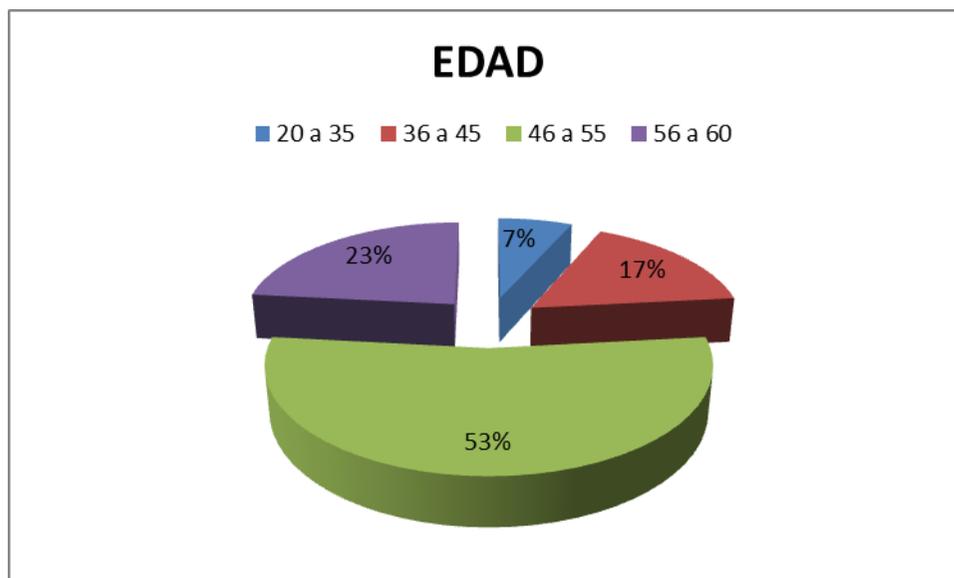
Los gráficos fueron hechos en tipo pie con tajadas porcentuales de las respuestas para poder tener una visualización más exacta de los resultados buscados en la investigación.

A continuación el análisis:

ENCUESTA

1.- Su edad oscila dentro del rango de:

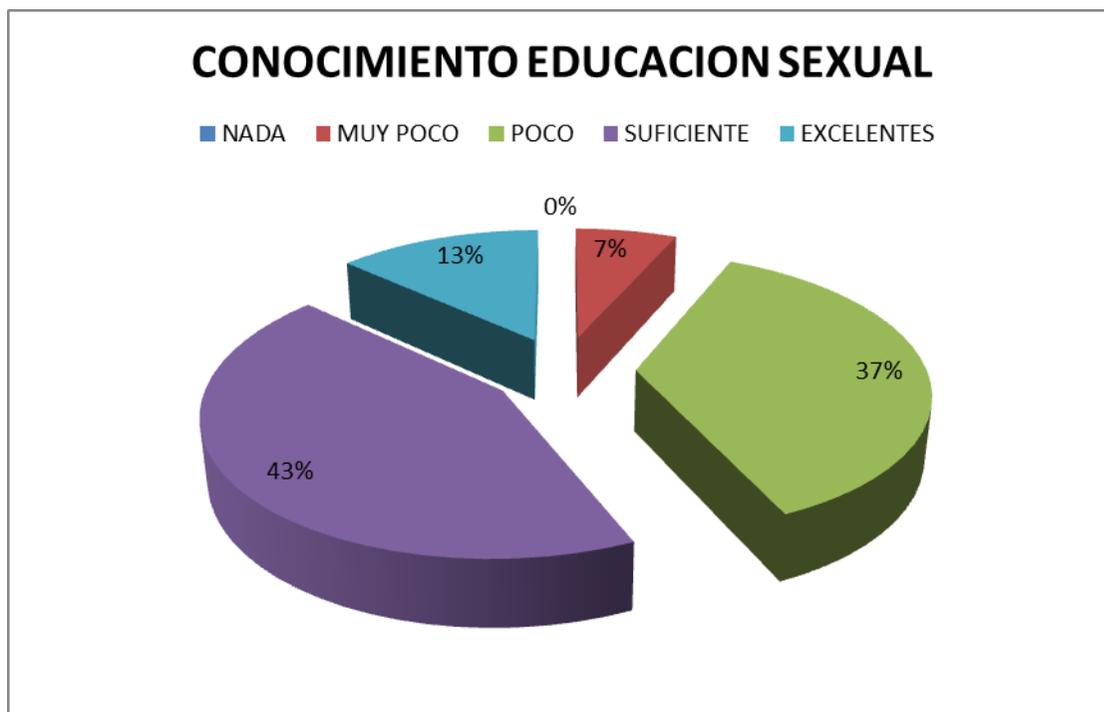
EDAD	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
20 a 35	2	2	4%	4%
36 a 45	5	7	45%	49%
46 a 55	16	23	39%	88%
56 a 60	7	30	12%	100%
ACUMULADOS	30		100%	



La edad más relevante en los resultados es la que oscila entre los 46 y 55 años con un 53%, seguido entre los 56 y 60 años con 23%. Es la edad que más registro tuvo.

2.- Sus conocimientos en educación sexual son:

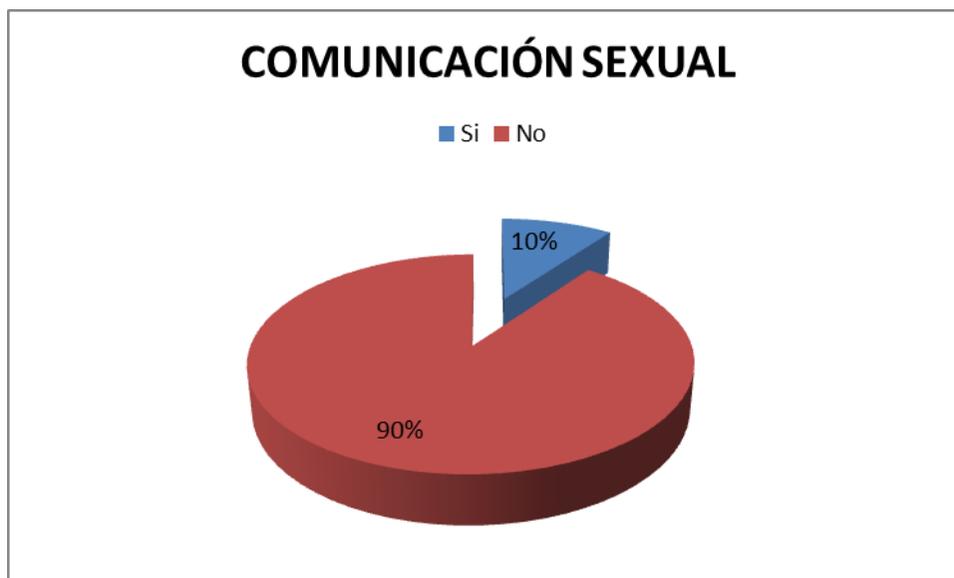
CONOCIMIENTO DE EDUCACION SEXUAL	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
NADA	0	0	2%	2%
MUY POCO	2	2	19%	21%
POCO	11	13	29%	50%
SUFICIENTE	13	26	9%	59%
EXCELENTES	4	30	41%	100%
ACUMULADOS	30		100%	



En nuestra segunda pregunta podemos observar que 43% de nuestros encuestados asumen que tiene conocimientos suficientes de educación sexual, sin embargo un 17% considera que son muy pocos los conocimientos adquiridos en algunos casos se debe por el tabu que existe en nuestra sociedad.

3.- ¿Maneja usted una comunicación sexual efectiva con sus hijos?

COMUNICACIÓN SEXUAL	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
Si	3	3	26%	26%
No	27	30	74%	100%
ACUMULADOS	30		100%	



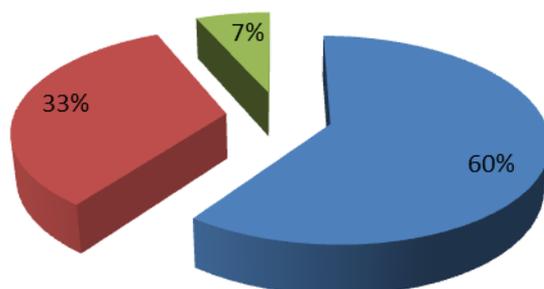
Podemos observar que solo el 10% de los encuestados manejan una comunicación sexual con sus hijos, pero se ve el deficit que existe con el 90% lo cual muestra la deficiencia en la comunicación.

4.- ¿Con que medios se informa de la sexualidad?

MEDIO DE INFORMACIÓN	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
Medios de Comunicación	18	18	25%	25%
Comentario de Vecinos	10	28	52%	77%
Otros	2	30	23%	100%
ACUMULADOS	30		100%	

MEDIO DE INFORMACIÓN

■ Medios de Comunicación ■ Comentario de Vecinos ■ Otros



De nuestros encuestados, el 60% menciona que conoce o se informa de noticias de sexualidad a través de medios de comunicación y un considerable 33% a través de comentarios de vecinos lo que hace que en ocasiones crean tabús u otros.

CAPÍTULO V

PROPUESTA PROGRAMA SEMANAL

Introducción

La creación de un programa semanal, se basa en las necesidades que se vienen suscitando desde hace muchos años dentro de la sociedad por conocer y afianzar los conocimientos en el área de educación sexual. Que en la actualidad ha incrementado el descubrimiento de la sexualidad en una edad temprana lo cual conlleva a embarazos precoces y padres de familia a temprana edad sin conocimiento de una salud sexual eficaz.

Producción

Puestos clave:

Productor, Director, Escritor o guionista, Talento (aun cuando carezca del mismo).

Puestos que se pueden requerir, dependiendo del tamaño de la producción:

Productor asociado, Director técnico, Asistentes de dirección, Director de iluminación, Diseñador del set, Maquillador o estilista.

El argumento o guion del programa debe prepararse con anticipación para empezar la labor de ventas con los productores.

Debe tenerse muy en cuenta las características del público objetivo, pues tratándose de una producción a ser transmitida por medios masivos (TV) o Redes Sociales como YouTube, o Facebook, el éxito depende de la audiencia que logre capturar el programa.

Existen muchas técnicas para capturar y mantener la atención del espectador.

Dependiendo del tipo de programa, las técnicas van variando, pero todas tienen en común que la atención del espectador será capturada a través de la conexión emocional que se logre hacer con él (medios más sencillos: aquello que aumente la adrenalina del espectador).

Si bien hay que tener en mente que la libertad de expresión no debe ser comprometida nunca, si es importante considerar el entorno socio-político donde se quiere transmitir el programa. Tal vez el mensaje del programa es socialmente importante pero controversial o políticamente comprometedor, por lo que difícilmente los productores de una compañía de TV comercial se comprometerán con el proyecto.

Creación del guion:

1. Identificar el objetivo del programa. Tipo de programa y mensaje a transmitir.
2. Análisis de la audiencia. Demografía, aspectos culturales, políticos y religiosos. Hábitos y costumbres por grupos de edades, sexo, ingresos económicos y lugar de residencia (población urbana y rural).
3. Análisis de producciones similares existentes. Ver el éxito (o fracaso) de otras producciones vs los factores que lo determinaron, con el fin de ver si los mismos factores persisten.
4. Determinar el costo básico de la producción. Primera aproximación del costo y el plan de recuperación de la inversión.
5. Desarrollo de argumento o propuesta. Generar el guion o la propuesta completa del programa.
6. Desarrollo del plan de producción. Calendarización de actividades en una tabla o matriz cómo se desarrollará la producción, considerando tomas en sets y tomas en locaciones, traslado de personal, talento y equipo.
7. Selección del personal de producción. Selección del director y personal técnico (generalmente el resto del personal técnico lo elige el director).
8. Selección de locaciones. Selección de lugares ya existentes que mejor se adecuen a la propuesta, o construcción de sets, según sea el caso. En el caso de lugares específicos (generalmente lugares históricos), si no se tiene acceso a ellos, se crearán sets.
9. Selección de talento, vestuario y escenografía. Casting para los papeles principales.

10. Selección del personal de producción restante. Dependiendo del tamaño de la producción, se selecciona y contrata el resto del personal técnico necesario.

11. Permisos, seguros y acreditaciones. Anticiparse a la burocracia de algunas instancias de gobierno. Esto generalmente es para las producciones en locaciones históricas o en vías públicas.

12. Selección de material ya existente a utilizar. Para abatir costos o cuando no hay otra manera de obtener la imagen (fragmentos de producciones de antaño o de hechos históricos a los que se hagan referencia.)

13. Ensayos y grabación. Los ensayos, su anticipación a la producción y la duración de los mismos dependen del tipo de producción que se trate.

14. Edición. Generación del programa completo acomodando las escenas grabadas en orden lógico según el guion. Además se pulen los detalles de sonido e imagen y se agregan los efectos especiales.

15. Post-producción. Finalización de compromisos generados directamente por la producción del programa. Seguimiento del programa en el medio a transmitirse (ratings, por ejemplo).

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Obtener un mayor nivel de comunicación sexual en nuestra sociedad.

Objetivos específicos

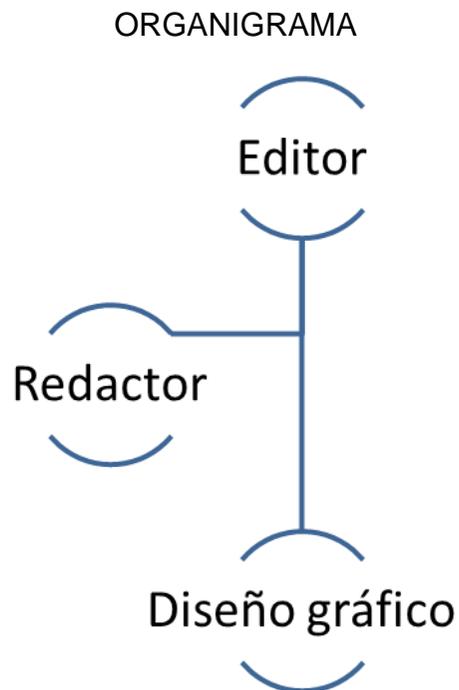
- Comunicar métodos anticonceptivos, novedades y otros.
- Aclarar inquietudes y dudas que surge dentro de la colectividad.
- Desarrollar mediante el programa un nivel de información formal, que sea real, eficaz y veraz.

Grupo Objetivo

El grupo al cual está dirigida es a personas entre los 20 y 60 años, que son padres de familia o cabeza de hogar, que quieren el buen vivir en sociedad

Organigrama

La estructura organizacional del programa semanal esta conformado por 3 personas ya que en la etapa inicial, es de carácter informativo del buen vivir, y por ende no requiere de tantos niveles jerárquicos.



Fuente: Elaboración Propia

SEXUALIDAD Y ORIENTACION

Proyecto de programa de

1. INTRODUCCIÓN

En este marco, LAS NOCHES CALIENTES les propondrá a los televidentes a recorrer poblaciones del país, destacando sus aspectos sociales, históricos, productivos y culturales. No se trata de una “visita enciclopédica”, sino de intentar ver, escuchar, oler, saborear y sentir cada una de las localidades visitadas. Para ello, se cuidará la calidad de los contenidos y las formas y estilos de su transmisión al televidente. Éste será uno de los sellos distintivos del programa.

2. EL PROGRAMA

Ficha técnica

- Formato: Magazine de interés general.
- Frecuencia: Semanal.
- Duración: 1 a 2 horas, según disponibilidad en la grilla de programación.
- Horario: Por la noche, según disponibilidad en la programación.
- Target: a determinar, según la información socio-demográfica disponible en la televisión

b. Contenido / secciones

La duración (o presencia) de las siguientes secciones dependerá de las características del pueblo o ciudad que se aborde durante el programa. En algunos casos, se dará mayor espacio a cuestiones vinculadas con la

sexología, mientras que en otros tal vez sean la cultura o los personajes los que tengan preponderancia.

- Ubicación: Dónde está ubicada la población. Distancia a la capital provincial y a la nacional. Rutas de acceso y medios de transporte.

- Historia: Explicación del nombre, personajes y hechos históricos vinculados, cada tema del día.

- Destacados: Aspectos económicos destacados (sexología, psicología, sociología y la religión cultura etc.). Puesta en relación a nivel local, provincial y nacional.

- Datos demográficos: Breve repaso de la cantidad de habitantes (en relación con otras poblaciones para poder tomar como referencia) y aspectos destacados (por ejemplo, ausencia notoria de jóvenes de cierta edad que se van a estudiar a otras ciudades).

- Personalidades: entrevista con personas conocidas a nivel nacional y/o provincial (artistas, deportistas, empresarios, políticos, modelos, etc.) para que hablen del lugar desde su historia y vivencias.

- Personajes del lugar: todas las ciudades y pueblos tienen al menos un “personaje” local que se destaca por sus características o actividad (coleccionistas, emprendedores, maestros / médicos de frontera, la persona de mayor edad, artistas plásticos, oficios en extinción, etc.). Su historia podrá contarse mediante una entrevista telefónica, grabadas o en vivo.

- Músicos locales: se trata de escuchar la música de artistas de la población, cualquiera sea el género que toquen. En los casos en los que sea posible, se intentará tener música en vivo.

- Info: Festivales, eventos, sociedad, etc. Data de interés tanto para quienes viven en la población como para el resto de los oyentes.

- Tus palabras sobre: Visión, sensaciones y recuerdos de habitantes de la población o personas que hayan pasado por allí. Mensajes grabados y editados o llamados en vivo. A determinar.

Como se puede apreciar, la idea de **SEXUALIDAD Y ORIENTACION** es contar la vida de la población, sin que se trate de un programa turístico, histórico o de análisis económico.

Desde luego, se prevé que el programa vaya de menor a mayor, graduando la ambición de las secciones para que el nivel de calidad sea siempre alto. Por otra parte, el devenir del ciclo irá planteando dejar de lado ciertas ideas y elaborar nuevas.

El estilo de conducción será informal, descontracturado, sin poner distancia con el oyente, y evitando la chabacanería o el mal gusto. En este sentido, el estilo será simpático sin que esto signifique transformarlo en un programa de humor.

SEXUALIDAD Y ORIENTACION adhiere totalmente a la visión pública de la televisión, posición que se verá representada tanto en el contenido como en juegos simbólicos en piso, como por ejemplo erradicar la expresión “el interior” del aire y hacer sonar una la voz de cada estudiantes o persona.

3. LA PRODUCCIÓN

Dadas las características del programa, en principio se requerirá un equipo de trabajo con las siguientes características:

- Cronista
- Columnista
- Productor Periodístico
- Asistente de Producción
- Productor Artístico
- Productor Comercial•
- Productor Ejecutivo
- Productor General
- Operador Técnico

Si bien la integración definitiva del equipo de producción se resolverá cuando se confirme la realización del programa, la base del staff ya está definida:

- -----: conductor y coordinador de la producción artística
- -----: co-conductor y productor general
- -----: coordinador de aire y coordinador de producción periodística
- -----: productor comercial y productor artístico.

Ya está prevista y preseleccionada la formación de sub-equipos de trabajo (productores + ancors + editores) para poder afrontar el gran desafío de realizar un ciclo con cuidada calidad tanto en el contenido como en lo estético.

4. REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA

Además del tiempo en el aire y el operador técnico, la realización de SEXUALIDAD Y ORIENTACION necesitará el compromiso de la radio para contar con:

- Uso de líneas telefónicas durante el programa
- Uso de líneas telefónicas para la preproducción
- Disponibilidad de estudio para grabar o salir en vivo
- Facilitar el contacto entre la producción y otros medios de televisión para obtener información y material

Las condiciones en las que se utilizarán estos recursos serán acordadas en base a las posibilidades de la televisión y la producción.

5. PROPUESTA COMERCIAL

Evidentemente, el tipo de acuerdo a plantear es el de una coproducción, por medio del cual la producción se compromete a realizar el programa según las características generales acordadas con canal, mientras que el programa se compromete a aportar la infraestructura y recursos (no monetarios) necesarios para hacerlo.

En cuanto a la pauta publicitaria, se propone un esquema de 60-40% a favor del que venda el espacio publicitario.

Se utilizará el tarifario de la televisión u otro que se acuerde.

Los canjes publicitarios apuntarán a cubrir las necesidades más inmediatas de la producción (comunicación, traslados, fuentes, etc.) y/o beneficiar a los oyentes. Los canjes que no estén comprendidos en este criterio también serán distribuidos según el esquema 60-40%.

TERMINO DE LA PROPUESTA

Propuesta Televisiva: También conocido como el problema, este no pertenece a la naturaleza empresarial necesariamente, puede ser de índole social, debe indicarse como se indicaría un problema de investigación.

Plan de acción (Objetivos): Una vez identificado la propuesta televisiva se podrá discutir los objetivos, que son las resoluciones al problema, estos van en forma infinitiva.

Meta (Fecha límite): se determina una finalización del logro del objetivo, es la fecha que determina el fin de la propuesta televisiva.

Responsable: Quién o quienes deben lograr el objetivo, decidir los medios y pasos a seguir para la consecución de las metas que lograrán llegar al objetivo.

Revisión: determinación de lo logrado, explicación detallada de las metas conseguidas y la consecución de los objetivos

CONCEPTO DE LA PROPUESTA

CRONISTA

El cronista, también conocido como movilero, es el que se presenta en el lugar de los hechos para hacer un relevamiento de la noticia: recaba información, habla con testigos, observa el lugar de los hechos, recoge testimonios.

La estructura de un móvil es la siguiente:

Introducción: saluda, menciona dónde se encuentra y plantea la noticia que lo llevó hasta allí.

Desarrollo: explica la noticia, incluyendo datos propios y los relevados en el lugar, descripciones y testimonios.

Cierre: con un dato adicional (vinculado con la noticia, etc.), completa la noticia y se despide.

Para que un móvil sea completo, tiene que abarcar las 5 W -qué, quién, cuándo, dónde, cómo muchas veces se deja alguna de lado por tratarse de un dato secundario que no hace al eje de la información y que, por lo tanto, distrae, confunde y/o roba tiempo.

COLUMNISTA

El columnista es un periodista especializado o un profesional con capacidad demostrada de comunicación que se dedica a difundir información y análisis sobre un área determinada de conocimiento. Así es como hay columnistas de deportes, economía, política nacional, política internacional, cocina, espectáculos, etc.

Su salida al aire suele ser regular, teniendo generalmente una frecuencia diaria o semanal.

PRODUCTOR PERIODÍSTICO

Es el responsable de proveer de contenido al programa, al menos en lo que tiene que ver con las noticias.

Arma un listado de temas posibles a tratar, sugiere entrevistados, arregla las entrevistas (y luego las saca al aire), busca información, informa a los conductores, redacta, coordina el destino de los cronistas, los provee de datos, etc.

Sus principales herramientas son: conocimientos específicos, conocimientos generales, ingenio y una agenda de contactos.

Desde luego, debe estar informado las 24 horas.

ASISTENTE DE PRODUCCIÓN

Es el “pichi” de las producciones, generalmente la puerta de entrada para estudiantes (vía pasantía) o interesados en la televisión (vía trabajo gratuito) que quieren meterse en el medio. Generalmente asiste al Productor Periodístico, quien le irá indicando qué debe hacer y, en el mejor de los casos, cómo debe hacerlo. Ya sea porque tenga un buen o mal ejemplo delante, el Asistente de Producción debe estar con la mente, los ojos y los oídos muy abiertos para aprender (absorber) y entender (procesar) cómo hacer (y no hacer) radio.

PRODUCTOR ARTÍSTICO

También se ocupa del contenido, pero más vinculado a lo musical (buscando cortinas que acompañen una determinada noticia), la edición (de informes, spots humorísticos, etc.).

Puede ser el responsable de la artística del programa, si es que esto no hay un Departamento Artístico en la Televisión.

PRODUCTOR COMERCIAL

Desde luego, es el encargado de conseguir auspicios para el programa. Su labor muchas veces se entrecruza con el resto de la producción, ya que cada vez es más común el armado de secciones, juegos o segmentos a medida de los auspiciantes que consigue. Por este mismo motivo, su trabajo es cada vez más creativo.

PRODUCTOR EJECUTIVO

Es el nexo entre el Productor General y el equipo de producción. Como su nombre lo indica, ejecuta, acciona y, sobre todo, facilita el trabajo del resto del Staff. Es el responsable de bajar los lineamientos determinados por/con el Productor General y el que vela por que el equipo de trabajo no se abra de ese camino y pueda recorrerlo con el mayor éxito posible. Desde luego, hace una escucha atenta del programa, orienta, aconseja y propone cambios, hacia el equipo y hacia su jefe inmediato, el Productor General.

PRODUCTOR GENERAL

Es el dueño del circo. Si hablamos de una producción independiente, suele ser el que pone el dinero y, por lo tanto, la idea (aunque sea de otro!). Es el que plantea los puntos de partida para luego “pensar” el programa junto al Productor Ejecutivo. Va sugiriendo grandes líneas de acción, que luego serán llevadas a la práctica por productores periodísticos, artísticos, conductores, cronistas, etc.

OPERADOR TÉCNICO

Este rol siempre es “interpretado” por alguien que pertenece al Staff de la televisión, de manera que a veces es difícil integrarlo exitosamente al equipo de producción.

Como el ancors, el operado técnico también debe tener un título habilitante, que le permite ser el responsable de la parte técnica de la salida al aire de un programa.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El problema encontrado en el proyecto de investigación, se encuentra justificado en total plenitud, y mostrado en conocimiento en el marco teórico, en donde se demuestra las falencias existentes en la comunicación y por ende, también en el conocimiento de una salud sexual reproductiva.

En el desarrollo del estudio de campo, se encontró que las personas se encuentran con una insatisfacción muy alta, al considerar bajos sus conocimientos.

Se demuestra además, que la aceptación por el ingreso de un medio de comunicación donde se inserta información formal es alta, ya que desean conocer más sobre todo lo que se desarrolla dentro de la sociedad donde viven.

Recomendaciones

- Incrementar el número de profesionales en la rama de salud.
- Programa que mantenga su línea social.
- Toda información debe ser veraz.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacionnal interna*. Madrid: Gesbiblo.
- Andreasen, A. (2006). *Social Marketing in the 21st Century*. Londres: Sage Publications.
- Asociación Interdisciplinar José de Acosta. (1992). *La comunicación*. Madrid: Editorial Gráfica Ortega.
- Barkley, E., Cross, P., & major, H. (2005). *Collaborative learning techniques*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Berlo, D. (1997). *Critica de la información de masas*. México: Editorial Trillas.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson.
- Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria: Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. Madrid: UNESCO.
- Bonals, J., & Sánchez, M. (2007). *Manual de asesoramiento psicopedagógico*. Barcelona: Editorial Graó.
- Bronfman, M. (1988). *sexologia critica*. mexico: idoamerica .
- Cash, A. (2002). *Psicología para dummies*. Bogotá: Norma.
- Chang, J. L. (2007). *Promocion de ventas*. Colombia.
- Cohen, G. (1991). *La naturaleza de la función directiva*. Madrid: Díaz santos.
- Covarrubias, F. (1995). *La Herramienta de la Razon* . mexico: litgrafo malena SA.
- Ebing, R. V. (1840-1902). *Ciencia Medica*. mexico: cevantes.
- El lenguaje de la vida. (s.f.). *Blog de el lenguaje de la vida*. Recuperado el 4 de noviembre de 2010, de Sitio web de comunicación: www.ellenguajedelavida.blogspot.com
- El Universo. (10 de septiembre de 2010). *El Universo*. Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de Sitio web el periódico El universo: <http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1361A&m=2160>
- El Universo. (24 de Octubre de 2008). *www.el-universo.net*. Recuperado el 2 de Junio de 2012, de www.el-universo.net: http://www.el-universo.net/especiales/barrios/martha_de_roidos.html
- Fernández, T., & García, A. (2001). *Medios de Comunicación, Sociedad y Educación*. Castilla: Colección Humanidades.
- Fernanez. (1979). *La conciencia* . mexico: trillesa SA.

- Ferrer, G. G. (2005). *Investigación comercial*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.
- Forero Lopez, L. (1994). *Introducción a los medios de comunicación*. Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Freud, S. (1856). *La sexualidad*. México: Iberia.
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Guerra, R. (9 de Noviembre de 2008). *Blog de Roberto Guerra*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Blog de Roberto Guerra: <http://robertoguerra.wordpress.com/2008/11/09/%E2%80%9Cgestion-y-autogestion-en-la-cultura-en-revista-foco-n%C2%BA-76/>
- Gutierrez, C. N. (2010). *Creatividad publicitaria*. Madrid: Esic.
- http://www.lanueva.com/edicion_impresa/nota/11/06/2008/86b099.html. (2012). www.lanueva.com/. *la nueva*.
- IICA. (1892). *Teoría y Proceso de la Comunicación*. Guatemala: IICA.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (1998). *Principio de la administración moderna*. New York: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing. Octava edición*. México: Pearson educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing. Octava edición*. México: Pearson educación.
- Kotler, P., & Roberto, E. L. (1992). *Marketing social: Estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- LaDinamo. (24 de Marzo de 2009). www.ladinamo.com. Recuperado el 9 de Junio de 2012, de www.ladinamo.com: <http://www.ladinamo.com/index.asp?t=Folleto%20Presentaci%F3n%20Trogem&f=158>
- Langevin, L. (2000). *La Comunicación: Un arte que se aprende*. Bilbao: Grafo. S.A.
- Lazardfeld, P. (1997). *Critica de la información de masas*. Toussaint, Florence, México: Editorial Trillas.
- León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: UMUSA.

- León, J. (10 de Agosto de 2008). *www.lacotelera.net*. Recuperado el 9 de Junio de 2012, de [www.lacotelera.net: http://juanmanuelleon.lacotelera.net/post/2006/02/07/ondas-electromagneticas](http://juanmanuelleon.lacotelera.net/post/2006/02/07/ondas-electromagneticas)
- Longo, F. (2004). *Merito y flexibilidad*. Barcelona: Paidós.
- Marín, L. (1992). *Sociología de la empresa*. Madrid: Ibérico europea.
- Merton, R. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. México: Ediciones Paidós.
- Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos*. Naucalpan de Juárez: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Núñez, (1987). *Psicología Medica*. La habana: Pueblo y educacion.
- Pérez, E. (2002). *Comunicación Fuera de Los Medios: "Below the Line"*. Madrid: ESIC.
- Pérez, L. (1995). *Marketing social: Teoría y práctica*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Peru, P. I. (s.f.). *Sexualidad. Sexosalud* .
- Ramirez, T. (2004). *Cómo realizar el proyecto de investigación*. Caracas: Contexto editores.
- Rey, F. (2003). *Técnicas de resolución de problemas*. Madrid: FC editorial.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. En S. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (págs. 571-579). México: Pearson.
- Sabino, C. (2005). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.
- Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson educación.
- Shumpeter, J. (1976). Capitalism, soocialism, democracy. En J. Shumpeter, *Capitalism, soocialism, democracy* (págs. 132-133). New Jersey: George Allen & Unwin.
- velasquez, V. (1999). *hacia otro concepto de curriculo*. mexico: cevantes.
- Victor, A. (1990). *fundamento de la filosofia*. mexico: mexicano libre.
- week, B. (1994). Council of communication managment. *Bussines week* , 8.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA

1. - Su edad oscila dentro Del rango de:

20 a 35

36 a 45

46 a 55

56 a 60

2.- Sus conocimientos en educación sexual son:

NADA

MUY POCO

POCO

SUFICIENTE

EXCELENTES

3.- ¿Maneja usted una comunicación sexual efectiva con sus hijos?

Si

No

4.- ¿Con que medios se informa de la sexualidad?

Medios de Comunicación

Comentario de Vecinos

Otros