



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Análisis de la acción comunicativa del Centro de Salud de Santa Luzmila y El Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Berru Mayorga, Tessy Medalith (ORCID: [0000-0002-0195-0679](https://orcid.org/0000-0002-0195-0679))

**ASESOR:**

Mg. Castilla Barraza, Jaime (ORCID: [0000-0001-8234-9449](https://orcid.org/0000-0001-8234-9449))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comunicación para el desarrollo humano

**Lima – Perú**

**2020**

## Dedicatoria

A Dios por haberme dado la valentía de seguir adelante. A mis padres, Jorge Berru y mi madre, María Mayorga, por el amor y apoyo incondicional. A mi esposo e hijos que son el impulso día a día. A mis hermanos por compartir alegrías y tristezas.

## Agradecimiento

A mis padres, porque lucharon por darme educación profesional a pesar que al principio fue difícil y siempre se esforzaron por darme lo mejor. A mis hijos, esposo y hermanos, que siempre están conmigo apoyándome y motivándome en los momentos de tristeza y alegría.

# ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	vii
ABSTRACT	ix
I. OBJETO DE ESTUDIO	1
Introducción	2
Aproximación Temática	3
Formulación del Objeto de Estudio	6
Justificación	6
Relevancia	7
Contribución	8
Objetivos	8
General	8
Específicos	8
II. MARCO REFERENCIAL	9
2.1. Antecedentes	10

2.2. Bases Teóricas	18
2.2.1. Marco Conceptual	20
2.3. Contextualización	28
2.4 Supuestos Teóricos	35
III. MARCO METODOLÓGICO	36
3.1. Unidades Temáticas	37
3.1.1. Definición conceptual	37
3.1.2. Categorización	37
3.2. Metodología	38
3.2.1. Tipo de estudio	39
3.2.2. Diseño	40
3.3. Escenario de estudio	40
3.4. Procedimientos metodológicos de investigación	41
3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	45
3.6. Mapeamiento	46
3.7. Análisis de datos	71

IV.	CONSIDERACIONES FINALES	81
	4.1. Resultados	82
	4.1.1. Descripción de resultados	82
	4.1.2. Teorización de Unidades temáticas	86
	4.2    Discusión	87
	4.3 Conclusión	89
V.	RECOMENDACIONES	94
	5.1 Recomendaciones	95
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
	ANEXOS	101
	Anexo 1: Preguntas orientadoras.	
	Anexo 2: Entrevistas.	
	Anexo 3: Fichas de observación.	
	Anexo 4: Piezas gráficas de las instituciones.	
	Anexo 5: Planes de Trabajo de las Instituciones analizadas	
	Anexo 6: Matriz de consistencia.	
	Anexo 7: Consentimiento ético libre y esclarecido	

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general, determinar la acción comunicativa del Centro de Salud de Santa Luzmila y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013. Por lo que se mencionará y se seguirá los parámetros de la teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas, en la que refiere principalmente a la interacción de por lo menos dos personas que entienden el lenguaje y acción que realizan (las acciones pueden ser verbales o con medios extraverbales) para establecer una comunicación interpersonal. De esa manera, los actores llegan a un acuerdo para ejercer una acción predeterminada.

Bajo este breve concepto de la base teórica, se llevará a cabo una investigación cualitativa, ya que busca conocer la perspectiva de un determinado grupo en cuanto a la acción comunicativa acerca.

“La metodología es simultáneamente tanto la manera cómo enfocamos los problemas, como la forma en la que buscamos las respuestas a los mismos” (Sandoval, 1996, p. 4).

Se determina que el tipo de investigación a utilizar en el presente trabajo es descriptiva, porque se requiere de antecedentes para analizar el tema, con ello se podrá formular las preguntas importantes para la recolección de datos que se desean conocer acerca de cada acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Comas.

En cuanto al diseño es etnográfico porque pretende analizar la acción comunicativa que realizan las determinadas entidades sobre un problema que se ve a diario en la comunidad.

Tras abordar el tema se llegó a la conclusión que el centro de salud y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas no cumplen con todos los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realizan, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013.

**Palabras claves:** acción comunicativa, eficacia de la comunicación, mensaje.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research is to determine the communicative action of the Santa Luzmila Health Center and the Municipal Civic Center in the district of Comas, regarding the prevention of early pregnancy in the 2013 period. The parameters of Jürgen Habermas's theory of Communicative Action, in which it refers mainly to the interaction of at least two people who understand the language and action they perform (actions can be verbal or with extraverbal means) to establish communication interpersonal. In this way, the actors reach an agreement to carry out a predetermined action.

Under this brief concept of the theoretical base, a qualitative investigation will be carried out, since it seeks to know the perspective of a certain group regarding the communicative action about.

"The methodology is simultaneously both the way in which we approach problems, and the way in which we seek the answers to them" (Sandoval, 1996, p. 4).

It is determined that the type of research to be used in the present work is descriptive, because background is required to analyze the subject, with this it will be possible to formulate the important questions for the collection of data that one wants to know about each communicative action they carry out. Local Comas institutions.

Regarding the design, it is ethnographic because it aims to analyze the communicative action carried out by certain entities on a problem that is seen daily in the community.

After addressing the issue, it was concluded that the health center and the Municipal Civic Center in the district of Comas do not comply with all the elements of effectiveness in the communicative action they carry out, regarding the prevention of early pregnancy during the period 2013.

**Keywords:** communicative action, effectiveness of communication, mes.

## **CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO**

## INTRODUCCIÓN

La adolescencia es una etapa de la vida que surge entre la niñez y adultez, puesto que presenta cambios físicos, psicológicos, emocionales y sociales, en muchos casos cada uno de estos cambios convierten la armoniosa relación familiar, en difíciles situaciones de convivencia y adaptación, ya que los adolescentes empiezan a tomar sus propias decisiones como por ejemplo, forma de vestir, elección de música, comportamientos ante un grupo de amigos y en el entorno familiar, cambio de personalidad y sobre todo, empiezan con una vida sexual activa.

En esta etapa de la vida inicia la sexualidad experimental, así como también el cambio de diferentes emociones como son: miedo, culpabilidad, vergüenza, ansiedad, disgustos o rechazo por ciertas situaciones, lo que dificulta el proceso de comunicación fluida y orientación sobre el desarrollo de la sexualidad, generando como consecuencia el embarazo no deseado. En ese contexto, se observa que los adolescentes de recursos económicos más bajos inician las relaciones sexuales desde una edad temprana, sin la mínima información sobre sexualidad y reproducción, como para asumir las consecuencias de un embarazo precoz.

De allí parte una gran problemática, y es que adolescentes sin preparación ni orientación, asumen el papel de adultos y realizan el acto sexual con su pareja, sin ser conscientes de las consecuencias.

Tras esta serie de definiciones, es preocupante que esta problemática siga en aumento por lo que fue necesario analizar el centro de salud de Santa Luzmila y Centro Cívico Municipal del distrito de Comas para conocer su acción frente a este fenómeno.

Sin más preámbulo, este estudio realizado se inscribe en un tipo de investigación descriptiva, y queda estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I se expondrá el objeto de estudio, el cual consta del planteamiento del problema, que es la base de la investigación, seguido la justificación, relevancia

y contribución de la tesis hacia nuevos proyectos que aborden el tema, y por último la descripción de los objetivos que responden a la problemática.

En el capítulo II se desarrolla el marco referencial, donde se tiene en cuenta la información recolectada que aporte veracidad al estudio, como tesis de otras universidades que refuerzan lo planteado, la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas que sustenta la investigación.

En el capítulo III, se explica el tipo de investigación utilizada, además, se detalla cómo se consiguieron los datos, que en su mayoría fueron bibliográficos, y por último se encontrarán entrevistas a especialistas de las instituciones y grupos focales a adolescentes, quienes aportan de manera positiva a esta tesis.

Finalmente, en el capítulo IV, se presentan los resultados, la teorización, discusión del caso, las conclusiones y las recomendaciones a tener en cuenta.

### **APROXIMACIÓN TEMÁTICA:**

En la actualidad el Perú está en el puesto número 8 de los países más ricos de América latina, según un análisis de la publicación digital Latinvex, emitido por el diario El Comercio. “Sin embargo, Francisco Basili señaló que la carencia de recursos económicos en los hogares del Distrito de Comas, se ve reflejada en la mortalidad infantil, desnutrición de niños, altos índices de violencia, aumento de delincuencia y desinformación sobre temas relevantes que prevengan situaciones difíciles como el embarazo precoz en los adolescentes, que recién están tratando de forjar su futuro y descubriendo horizontes”. (F. Basili profesor, filósofo y jefe del área de comunicación de la Unicef, 10 de octubre de 2013).

Un tema como el embarazo precoz en adolescentes de 12 a 19 años, está siendo una problemática más alarmante y a la vez invisible en Hospitales, Instituciones Educativas y hasta en los propios hogares de la Urbanización de Santa Luzmila en Comas, a diario se ve adolescentes que a los 12 o 13 años ya están teniendo su primera experiencia sexual o quizás con su primer hijo o hija en brazos, deambulando por las calles con trabajos no dignos para su edad.

Las posibles consecuencias de este acto durante esta edad promedio, contribuyen a que los adolescentes omiten etapas y pasan de la pubertad a .ser madres y padres inexpertos, que posiblemente no tengan todavía el conocimiento de afrontar la responsabilidad.

Si los adolescentes desean explorar su cuerpo, enamorarse por primera vez, sentir sus primeras emociones que luego se transforman en ilusiones, ver su primera película pornográfica y aclarar las interrogantes que tienen con su primera menarquía, ya que son sujetos y sujetas de derecho, por ello deberían contar con información que pueda clarificar toda duda y pregunta, sin condenar las acciones que decidan tomar en cierto momento.

Según el INEI (como se citó en Villarreal, 1998). El concepto de embarazo en adolescentes puede variar de acuerdo al contexto cultural y social; existen lugares en los que la gestación en adolescentes es socialmente aceptada, generalmente cuando ocurre dentro de la unión de pareja. De lo contrario, se genera un problema cuando este embarazo en adolescentes se suscita en relaciones informales y desinformadas, interfiriendo con el proyecto de vida de la adolescente, la que incluye expectativas educativas, matrimonias, realización personas y progreso económico.

A través de los contextos sociales se puede analizar los patrones reproductivos de los adolescentes, pues gran influencia para decir cuando iniciar una vida sexual activa tiene que ver con las condiciones de vid, la información y orientación de los padres, además varía de acuerdo al contexto socioeconómico. (Según el INEI).

Tras conocer posibles causas y el entorno donde ellos se encuentran, seobservó que un gran número de muchachas tienen pensamientos errados sobre sexualidad y convivencia apresurada, lo que las conlleva en muchos casos a ser madres solteras, puesto que no reciben apoyo de sus padres ni amigos cercanos.

Por otro lado, hoy en día los diferentes medios tanto la televisión, la radio, el internet, así como los escritos, influyen en el pensamiento del ser humano, sin

Embargo, el problema radica en la aplicación de la acción comunicativa, que se transmite en estos medios, ya que si no está adecuadamente estructurada no podrá crear un concepto de cultura y responsabilidad sobre temas de sexualidad, evitando lamentables casos de embarazos precoces.

Según informó Carmen Espedin jefa del área de Obstetras y sexualidad responsable del Centro de Salud Santa Luzmila, se hace acción comunicativa durante todo el año de diferentes maneras como por ejemplo Charlas de Sexualidad Responsable en los Colegios del Sector, Reuniones en el mismo Centro de Salud para hablar de planificación familiar entre otras actividades, donde se utiliza material didáctico como: proyectores, papelógrafos, rotafolios, entre otros.

Asimismo, El Centro Cívico Municipal de Comas también tiene participación referente a charlas y campañas para prevenir el embarazo precoz, principalmente a cargo de Psicólogos que asisten a los Colegios del Distrito cuando éstos lo requieren, para orientar al docente, según informó Luz Vicuña, Psicóloga a cargo de temas sociales. Mientras que también la trabajadora social, realiza un plan junto con otras instituciones para tratar el tema de prevención de embarazo precoz, con la finalidad que no aumenten los casos.

Entonces si se tiene apoyo de Instituciones locales sería recomendable que se asista a una de ellas y se busque orientación para combatir este problema que afecta a muchas familias; el embarazo se debe postergar para una etapa que permita a los adolescentes tener un equilibrio económico y social, de esa manera puedan llevar este hecho con cuidado pre natal, pero sobretodo con pensamientos centrados y una buena planificación.

## **FORMULACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO:**

### **PROBLEMA GENERAL:**

- ¿De qué manera el Centro de Santa Luzmila y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas realizan acción comunicativa, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013?

### **PROBLEMAS ESPECÍFICOS:**

- ¿Cuáles son los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza el Centro de Salud de Santa Luzmila en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013?
- ¿Cuáles son los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza el Centro Cívico Municipal del distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013?

## **JUSTIFICACIÓN:**

La presente investigación se ha realizado con la finalidad de demostrar cómo es que las instituciones locales en el distrito de Comas suman su aporte en el tema de la prevención del embarazo precoz, ya que es un argumento que no cumple un ciclo de vida, sino que nació hace décadas, creció, se reproduce cada vez más y hasta el momento no ha podido morir.

Por ello, esta tesis de enfoque cualitativa demuestra cómo es la participación de cada institución, como por ejemplo el Centro de Salud, que constantemente está atendiendo a adolescentes que quedan embarazadas porque no previnieron las consecuencias y se dejaron llevar por el estímulo, por lo que la entidad se ha visto en la necesidad de apoyar a la comunidad con campañas, charlas y actividades donde participa toda la familia, material didáctico y todo tipo de acción comunicativa donde se pueda informar sobre la prevención del embarazo.

Pero no solo esa institución aporta en la urbanización Santa Luzmila, sino que también el Centro Cívico Municipal está identificando casos de embarazos en las escuelas, por lo que se ha visto en la necesidad de apoyar con diferentes tipos de proyectos de acción comunicativa.

La gestación en la etapa adolescente es una problemática necesaria de analizar para evitar que siga creciendo una sociedad de mediocridad y limitaciones, que hasta el momento continúa presentándose en diversos lugares del país.

## **RELEVANCIA**

El porcentaje de madres adolescentes en el distrito de Comas se encuentra cerca del 5 %, según datos oficiales de Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas, por lo que se ha visto conveniente indagar sobre el tema para conocer los motivos por los cuales se está dando este fenómeno y quienes apoyan a este grupo frágil.

Porque se está involucrada en el tema de comunicación para el desarrollo, es importante conocer cómo se están desarrollando los adolescentes en la sociedad, de tal manera que con esta investigación se demuestra como las instituciones locales ubicadas en la urbanización Santa Luzmila en Comas se preocupan por orientar e informar a los adolescentes.

El tema fue elegido porque el embarazo precoz es un riesgo en adolescentes que pertenecen a hogares menos privilegiados, es decir de menos ingresos, a diferencia de hogares con los ingresos económicos superiores.

En muchas ocasiones los menores de edad están desinformados, ya sea porque sus padres no conversan con ellos o porque en sus centros educativos a los profesores se les hace muy difícil y vergonzoso iniciar el tema.

## **CONTRIBUCIÓN**

La presente tesis ha sido elaborada con la finalidad de aportar como antecedentes para próximas investigaciones de personas interesadas en abordar un importante y latente tema en la sociedad, sobre todo porque tiene como base la comunicación para el desarrollo.

Asimismo, esta investigación puede brindar datos puntuales y confiables sobre el embarazo precoz, ya que se han consultado fuentes fiables de universidades importantes y libros de grandes autores que han plasmado el tema de la mejor manera.

El contenido de esta investigación proviene de hechos reales y con opiniones de especialistas, no solo basta conocer la acción comunicativa de las instituciones locales de Santa Luzmila, sino también es conveniente saber cómo es que el público las entiende.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS GENERAL:**

- Determinar la acción comunicativa del Centro de Salud y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza el Centro de Salud de Santa Luzmila en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013.
- Determinar los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza el Centro Cívico Municipal del distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013.

## **CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL**

## **2.1. ANTECEDENTES:**

La presente investigación es única, debido que no existen tesis iguales sino similares al tema a tratar, las cuales desarrollan estrategias de comunicación para instituciones, pero no análisis de la acción comunicativa que puede ser más accesible para el investigador.

En el siguiente trabajo de investigación se podrá reconocer como actúa un ente municipal para mejorar en el tema del servicio de Taxi Metropolitano denominado SETAME, a través de estrategias de comunicación que fueron totalmente remodeladas.

El desarrollo de la investigación de la Municipalidad Metropolitana de Lima consistió en el ordenamiento y formalización del servicio de taxi en la ciudad metropolitana, por lo que se congregó un grupo de profesionales de diferentes disciplinas para llevar a cabo esta labor.

Una de las principales etapas del proyecto fue hacer un empadronamiento de las personas que hacían el servicio de taxi en la ciudad para luego diseñar una estrategia de acercamiento con los taxistas y plasmar una nueva forma de trabajo.

Para poder obtener resultados positivos en el campo de las comunicaciones se aplicaron espacios innovadores para tener la allegada con el taxista, dejando de lado los métodos tradiciones que consistían simplemente en colocar avisos en los periódicos.

La investigación tuvo como objetivos, determinar cuáles son los medios más eficaces para comunicar los mensajes certeros de persuasión a los conductores de Lima, así como también, diseñar canales que permitan conocer directamente las necesidades y demandas de los taxistas, además, propician su participación

En este proyecto; y proporcionar información oportuna a la prensa para que divulgue a la población las ventajas y beneficios de un servicio de taxi ordenado y formalizado.

Luego de cumplirse los objetivos se puede concluir que los taxistas necesitaban crear estrategias de comunicación poco tradicionales y más didácticas para un mejor ordenamiento y formalización del servicio de taxi en Lima Metropolitana.

Entonces esta tesis puede ser de gran aporte para la investigación que estoy realizando, ya que, el centro de salud y el Centro Cívico Municipal realizan acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz en adolescente, deben ser adecuadas, llenas de información y sobre todo eficaz para una mejor percepción del público objetivo, así como también servirá para prevenir situaciones de preocupación y frustración a los adolescentes.

Otro antecedente sobre estrategias de comunicación, es el caso de la minera Milpo, en la que se plantea saber cómo se utilizó la comunicación y sus estrategias con el fin de lograr la resolución de los conflictos, factor imprescindible para el desarrollo de la sociedad.

La comunicación dejó de ser principalmente persuasiva para tomar un rol participativa, dirigida al desarrollo y al cambio, que es lo que se necesita para este tipo de casos y que ayudará a lograr acuerdos viables, por lo que las empresas deben incorporar dentro de su discurso y práctica in situ, una serie de principios modernos y actuantes en material ambiental, social y económica.

Luego de analizar los problemas internos y fallas en la información, la empresa replanteó sus estrategias de comunicación y, a pesar de continuar trabajando con los líderes, se involucró y reforzó mucho más el trabajo con las bases. Para ello se planteó el objetivo de informar mejor a los pobladores, para que el día de las asambleas la gente esté enterada y entienda que será un beneficio no solo familiar sino también social.

Tras analizar la comunicación en la empresa Milpo con la población de la zona donde se ubica la minera, se concluyó que la empresa ahora se preocupa en

Informar antes cualquier cambio o acción que vayan a tomar y que incluya a la población, pues de esa manera se podría evitar que exista algún tipo de problema o conflicto entre la empresa y la población.

Asimismo, señala que la comunicación con las comunidades de la zona de exploración debe ser permanente, debido a que la empresa busca mejorar su comunicación, y ser más eficiente. A partir de lo que fue analizado, es posible terminar la conclusión diciendo que la comunicación para el desarrollo y para el cambio social ejerce un papel fundamental en las relaciones sociales. La comunicación es esencial en las interacciones humanas, creando el diálogo en todos los contextos en que ella se desarrolla. En base a esto, las sociedades se constituyen en un permanente diálogo y, de esa manera, se benefician de la diversidad generada por esas relaciones.

En esta investigación se desarrollan las estrategias de comunicación entre empresa – comunidades para combatir los conflictos sociales, debido a que la población pensaba equivocadamente acerca del funcionamiento de la Mina Milpo, lo que llevó a la empresa a crear nuevas estrategias que resulten efectivas para una mejor convivencia y comunicación eficaz. Entonces a través de la creación de nuevas estrategias de comunicación se intentó llegar directamente al público objetivo de manera más personalizada, permanentemente con talleres informativos, boletines y todos los otros medios posibles para mantener a la población informada.

Entre las estrategias también fortaleció las relaciones en el nivel de afinidad para que la gente entienda que la empresa es un socio estratégico para el progreso del lugar.

Si las instituciones locales implementarían una nueva acción comunicativa en base a los cinco elementos de la eficacia, se reduciría el número de embarazadas en Santa Luzmila, ya que hasta el momento sigue creciendo la cantidad de gestantes adolescentes, lo que comprueba que la acción comunicativa de las tres instituciones que se están analizando en la presente investigación, no cumplen cumpliendo con los elementos de la eficacia, cuales son: involucramiento, comprensión, atracción, aceptación e inducción a la acción.

Esta investigación se asemeja mucho al trabajo que se está realizando por lo que se ha tomado como antecedentes para explicar la manera en la que se está dando el embarazo en adolescentes y como es que la comunicación influye en el tema.

El embarazo precoz en adolescentes venezolanas se inserta dentro de un contexto social de pobreza y realidad nacional que atraviesa, dónde por lo general el derecho a la salud sexual y reproductiva es bajo o inexistente y tiene un nivel educativo bajo.

Con el fin de crear las estrategias de comunicación correspondientes, la autora de esta investigación plantea como problema principal: ¿Cómo prevenir el embarazo en las adolescentes venezolanas a través de una estrategia comunicacional? y determina un objetivo principal: Diseñar una estrategia comunicacional dirigida a la prevención del embarazo precoz en adolescentes venezolanas para el Centro

Integral María Teresa Castillo. Además, plantea tres objetivos específicos para llegar al fondo del problema, cuales son: Conocer los factores de riesgo sociodemográficos que inciden en las madres venezolanas entre 11 y 18 años de edad atendidas en el Centro Integral Teresa Castillo de la Alcaldía Mayor de Caracas. Conocer los factores de riesgos educativos y culturales que inciden en las madres adolescentes venezolanas entre 11 y 18 años de edad atendida en el Centro de Integral María

Teresa Castillo de la Alcaldía Mayor de Caracas. Conocer los factores de riesgo biológicos que inciden en las madres adolescentes venezolanas entre 11 y 18 años de edad atendida en el Centro de Integral María Teresa Castillo de la Alcaldía Mayor de Caraca y Diseñar una estrategia comunicacional basada en los resultados según las condiciones y características sociodemográficas, educativas/culturales y biológicas de las madres adolescentes atendidas en el Centro Integral María Teresa Castillo.

Luego de conocer causas y consecuencias del embarazo en los adolescentes, la autora de la presente investigación planteó una estrategia comunicacional que

Aporte de manera positiva a la sociedad, a través de la estrategia comunicacional ayuda a éstos a utilizar los métodos anticonceptivos de manera adecuada y a cuidar su cuerpo. Para todo este proceso de información se necesita la eficacia de la comunicación para persuadir al público objetivo.

Concluyendo con el tema, éste trabajo de investigación presenta características y conceptos similares que se acercan al presente trabajo de investigación. Incluso este trabajo, aparte de explicar causas y consecuencias de embarazo precoz, realiza un plan estratégico comunicacional para evitar que las adolescentes queden embarazadas, pues este plan está compuesto por diferentes canales que apoyan a la persuasión del mensaje.

El autor en este trabajo de investigación, desea implementar un nuevo mecanismo de gestión de las Áreas Naturales Protegidas (ANP) del país, denominado contrato de Administración. Este nuevo mecanismo, está orientado a incentivar la participación del sector privado, particularmente las instituciones sin fines de lucro, en la gestión de las ANP, bajo la forma de alianzas de largo plazo y en un marco de modernización y reforma del Estado

El principal propósito de este trabajo de investigación es incrementar la eficacia, eficiencia y sostenibilidad financiera de gestión de las ANP del país, bajo una esta tesis describirá y analizará el proceso que permitió que al cabo de tres años aproximadamente se pudieran vencer esas resistencias y establecer entre los tres contactos de administración de ANP, que era la meta prevista. Su importancia radica en la presencia de un componente comunicacional como eje principal de la estrategia de implementación.

Además, el autor considera que este trabajo proporciona pistas interesantes, especialmente a los comunicadores en relación a iniciativas o circunstancias que involucran proceso de negociación de interés entre el Estado, la sociedad civil y el sector privado. Este es un tema de especial relevancia en el proceso de desarrollo del país, que expresa, por ejemplo, en casos ocurridos recientemente como el de Bagua, alrededor de la modificación de normas promovidas por el

Gobierno en relación a los derechos sobre las tierras de las comunidades indígenas.

La estrategia comunicacional que se empleó para la involucración de los actores con el tema, fue dirigida a dos objetivos centrales: uno, a reposicionar este mecanismo entre los principales actores y otro, asegurar la transparencia de los procesos de implementación y el dominio de información al respecto por parte de los actores locales y nacionales.

La estrategia consideró dos niveles: el nivel central y el local, este último referido al ámbito de cada ANP.

Luego de aplicar las estrategias, en el ámbito comunicacional, el autor concluyó que esquema que tenga ventajas para todas las partes involucrada, el autor al mencionar a los involucrados, hace referencia al Estado, las instituciones privadas y los actores locales.

Los procesos de cambios requieren de un fuerte soporte comunicacional, no restringido apenas a la información, sino a facilitar la incorporación de los actores claves, el dialogo entre las partes y la transparencia. La sistematización de Rogers sobre las etapas por las que pasa el proceso de adaptación de una innovación (conocimiento, persuasión, decisión, implementación y confirmación), es exacta y proporciona la base de desafíos a los que deben responder las estrategias comunicacionales que sirven de soporte a todo el proceso. Para cada paso hay que diseñar los contenidos, los mecanismos e instrumentos que los van a dinamizar, facilitar y retroalimentar.

En síntesis, el autor menciona que para lograr un objetivo deben existir actores involucrados que participen y aporten con conocimientos a un problema social que se esté dando, brindándole al público información.

Queda claro que el trabajo del citado autor, es un ejemplo que deberían tomar las instituciones locales de Santa Luzmila en el distrito de Comas, puesto que si se unieran para combatir el embarazo precoz este fenómeno por lo menos disminuiría.

Este trabajo de investigación analiza la comunicación en los distintos actores del Sistema de Salud de una comunidad en específico, por lo que sale a relucir algunos problemas que merecen atención para garantizar un mejor servicio de salud y beneficiar las condiciones de vida de los ciudadanos de Bogotá.

En Colombia, el Ministerio de Protección Social ha diseñado políticas y estrategias para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de diferentes entidades de salud, como, por ejemplo, las promotoras de salud (EPS).

Cabe señalar que dicho ministerio designa a una agencia de publicidad, crear las campañas publicitarias para que luego dos departamentos de la misma entidad se encarguen del aspecto de las comunicaciones y la otra parte maneje el aspecto de salud pública, encargada de tomar las decisiones acerca de las herramientas que se utilizan como afiches, cuñas, spots publicitarios, etc.

A pesar que el país cumple con una ordenada canalización de información, aún no se ha llegado a abordar el tema central que involucra la prevención de las enfermedades, más no la curación, como exactamente se está planteando, lo que ocasiona gastos en medicamentos y tratamientos que podrían darse de otra manera.

Las entidades, las cuales cumplen con la creación del programa de promoción y prevención planteado por el ministerio de protección social, sin embargo, no se ha identificado de manera clara y precisa las necesidades del público objetivo, por lo que no está funcionando las estrategias de comunicación.

En este caso, no se podría hablar de una campaña efectiva, debido a que no se está logrando el impacto que se requiere para cumplir con las necesidades de los trabajadores.

Folleto, charlas, afiches, talleres, son la mayoría de estrategias que utiliza la Secretaría Distrital de Salud y entidades promotoras de salud y que evidentemente carecen de creatividad para cautivar y persuadir al público, pues las acciones comunicativas funcionan bajo un mismo patrón.

Cuando se habla de creatividad se refiere a todos aquellos recursos de color, imagen y formato que se pueden utilizar para llamar la atención del público, sin embargo, en estos materiales que fueron analizados, no hace uso de contrastes de color e imágenes que impacten.

Se debería explorar otros campos de la acción para lograr el objetivo como la interactividad que abre las nuevas tecnologías.

Muchas veces los medios de comunicación no crean formatos o espacios donde se puedan abordar los temas preventivos que los televidentes deberían saber para evitar consecuencias irreversibles. Sólo existe un canal que tiene una franja exclusiva para problemas de salud, los demás brindan espacios muy pequeños que no permiten profundizar en los temas, dejando muchas inquietudes o desinformación en el público. En cuanto a las líneas de Promoción y Prevención se puede ver que la salud oral, las enfermedades propias de la infancia y lo relacionado con lo materno perinatal no se abordan en los programas.

En cuanto a la relación de las dimensiones comunicativas que cumplen los espacios dedicados a la salud, se han centrado en la dimensión informativa y la educativa, pero han dejado de lado funciones importantes como la construcción de sentido que ayudaría a incorporar a los públicos objetivos a las prácticas comunicativas y se desarrollarían materiales más acordes a sus necesidades; permitiendo concientizar a los ciudadanos.

Al relacionar la tesis de comunicación en salud y el presente trabajo de investigación, se puede concluir señalando que no siempre los recursos comunicacionales que utilizan las entidades tanto públicas como privadas tienen importancia en el público objetivo, es bueno analizar a profundidad desde la creación hasta la aplicación de cada acción comunicativa para obtener resultados positivos y sobretodo reducir o combatir un problema social.

## 2.2. BASES TEÓRICAS

La teoría de la Acción Comunicativa se refiere principalmente a la interacción de por lo menos dos personas que entienden el lenguaje y la acción que realiza (las acciones pueden ser verbales o con medios extra verbales) para entablar una relación interpersonal. De esta manera, los actores deben llegar a un acuerdo para poder ejercer una acción predeterminada, el concepto central aquí, es el de interpretación, que se refiere primordialmente a la negociación de definiciones de la situación susceptibles de consenso. En este modelo de acción el lenguaje ocupa, como veremos, un puesto prominente.

El lenguaje es el punto central para los procesos de entendimientos dentro de una acción comunicativa, y lo que permite el entendimiento entre los participantes, al relacionarse con la realidad que desean abordar, con pretensiones de validez para que puedan ser reconocidas dentro de la comunicación. (Habermas, 1981, p. 143)

Por ello, el lenguaje es un elemento importante para la comunicación efectiva entre el actor y la comunidad. Así como también, es un medio de comunicación que sirve para el entendimiento de los actores para coordinar sus determinadas acciones o metas.

Según Habermas (1981), un hablante no puede dejar de pretender y validar si es que quiere alcanzar un consenso comunicativo y para ello tiene que cumplir con supuestos:

**Rectitud** se atribuye a una forma de vida y es señal de coherencia dentro de un contexto normativo. Significa: todo hablante se atiende a un conglomerado de normas aceptadas por la sociedad o grupo. Si dice “usted se calla” es porque debe estar autorizado a decirlo.

**Verdad** para aquello que se dice. Hace referencia a la relación entre el contenido y el objeto. (si digo “esta mesa es verde” debe ser verde) o para las condiciones de existencia de lo que se dice (si digo: “cierra la puerta” se presupone que la puerta estaba abierta).

**Veracidad** para la manifestación de las vivencias subjetivas, posee un componente moral que predispone a decir la verdad y defenderla en un sentido extenso.

Las tres relaciones actor / mundo identificadas para el concepto de acción comunicativa quedan adscritas a la perspectiva de los propios hablantes y oyentes.

Son los propios actores los que buscan un consenso y lo someten a criterios de verdad, de rectitud y de veracidad, es de decir, a criterios de ajuste o desajuste entre los actores del habla, por un lado, y los tres mundos con que el actor contrae relaciones con su manifestación, por el otro.

Estas relaciones son las que se dan entre la manifestación y 1.- el mundo subjetivo (como conjunto de todas las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos), 2.- el mundo social (como conjuntos de todas las relaciones interpersonales legítimamente reguladas), y 3.-el mundo subjetivo (como totalidad de las vivencias del hablante, a las que éste tiene un acceso privilegiado). (p. 144).

La teoría de la Acción Comunicativa propuesta por Habermas engloba principalmente el proceso de comprensión del ser humano tanto individualmente como colectivamente utilizando recursos como el lenguaje y haciendo hincapié dentro de él “la razón”, asimismo explica que el individuo reside en tres mundos: objetivo, social y subjetivo, pero estos tres mundos constituyen uno en general, el cual es denominado el mundo de la vida, pero este mundo se refiere al horizonte cognitivo y marco fundamental desde que el ser humano accede a los diferentes ámbitos de la realidad y lugar donde realiza la acción comunicativa.

Tras la explicación de la teoría se puede apreciar la relación que existe con la presente investigación; pues consiste en analizar la acción comunicativa de las instituciones locales de Santa Luzmila: el Centro de Salud Santa Luzmila, y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz.

Cabe señalar, que dentro de la acción comunicativa se encuentran campañas, charlas, materiales didácticos entre otras actividades que se realicen en estas tres Instituciones mencionada en el párrafo anterior hacia las adolescentes donde el principal recurso para el entendimiento y captación de esta acción comunicativa es el lenguaje utilizando la razón.

### **2.2.1. MARCO CONCEPTUAL**

- **LA COMUNICACIÓN**

Se entiende como un fenómeno que se realiza como parte sustancial de las relaciones sociales; también es un proceso por el cual el emisor tiene la facilidad de transmitir información, sentimientos y necesidades hacia el receptor.

La comunicación es un proceso de intercambio de palabras fundamental entre dos personas o un grupo de individuos dentro de una realidad. Sin este proceso no existiría la información dentro de la sociedad, y mucho menos se podría compartir experiencias personales ni convivir entre unos y otros. (Fernández. S.f., párr. 5 – 7)

- **EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN**

Cuando se habla de comunicación se debe tener claro que debe existir en un par o grupo de personas que tienen algún objetivo y razón para expresar a través de una fuente, sus ideas, necesidades, intenciones, información o propósito por el cual se comunica. Además, tiene como segundo componente, y es que la fuente debe ser expresada en forma de mensaje.

En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física, o sea traducción de ideas, propósitos, intenciones en un código o conjunto sistemático de símbolos.

Para que este proceso se cumpla de manera eficaz, aparece en la interacción un tercer componente, al que se llama encodificador, encargo de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código, de esta manera se cumple con expresar el objetivo de la fuente en forma de mensaje.

El proceso de la comunicación humana, continúa con un cuarto elemento, que refiere al canal, un medio o conducto portador del mensaje. Es importante decir que los mensajes solo pueden existir en algunos canales, por lo que es indispensable hacer uso del canal adecuado.

Luego de conocer los elementos que componen una comunicación humana, se debe tener en cuenta, que quien recibirá el mensaje para poder completar con el proceso, es la persona o quien se sitúa al otro extremo del canal, que es llamada receptor de la comunicación, Si las fuentes y los receptores no se comprenden entre sí, es imposible que se dé una efectividad en la comunicación.

Cabe señalar, que la fuente y el receptor pueden ser la misma persona: la fuente puede comunicarse consigo misma, por lo que desarrollaría una comunicación intrapersonal, de caso contrario, sería interpersonal.

La fuente siempre va a necesitar un encodificador para traducir sus propósitos en un mensaje, para expresarlo a través de un mismo código que conlleve al entendimiento, al receptor le hace falta un decodificador para retraducir o decodificar el mensaje que será utilizado por el receptor

Entonces, en la comunicación entre sujetos, el encodificador podría ser el conjunto de facultades motoras de la fuente; por esa misma razón se puede considerar al decodificador de códigos como el conjunto de facultades sensoriales del receptor. En las situaciones de comunicación de una o dos personas, los sentidos pueden ser considerados como el descifrador de códigos. (Berlo. S.f., párr. 1 - 9)

- **TIPOS DE COMUNICACIÓN**

Dentro del proceso comunicacional, existen dos tipos de comunicación más importante en las relaciones humanas: la comunicación verbal y la no verbal.

- **La comunicación verbal:** es considerada de carácter simbólico, ya que la gente está de acuerdo en tener un significado común para una u otra palabra. Otra de las características de este tipo, es que es discreta, pues la comunicación empieza cuando el sonido comienza a emanar de la boca y termina cuando la vocalización se detiene. Además, la comunicación verbal, sola se transmite por un canal, que es el habla a través del lenguaje.

Y, por último, también es considerada como controlada, ya que antes de hablar, la persona se detiene a pensar en que va a decir.

- **La comunicación no verbal:** este tipo de comunicación refleja la carencia de simbolismo, ya que emplea movimientos corporales, gestos, señales, entre otros códigos no verbales, que todos los humanos tienen en común.

De esa manera, la comunicación no verbal, es continua porque los mensajes de una persona fluyen frente a otra durante todo el tiempo. También es multicanalizable porque es transmitida por todas y cada una de las regionales del cuerpo; debido a que el cuerpo tiene gran movilidad y capacidad de expresión, por lo que emplea varios canales para transmitir los mensajes no verbales.

Y como última característica, la comunicación no verbal es espontánea, ya que nuestras expresiones corporales, desde la mirada hasta el manejo del espacio que hacemos frente al otro, por lo general, es a un nivel inconsciente, lo que garantiza la espontaneidad, puesto que no se ha previsto. (Fernández. S.f., párr. 1 - 8)

## • EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA

Todo ser humano actúa de acuerdo a los principios y valores que adopto desde pequeño según su entorno. De esa manera, el hombre por naturaleza tiene la necesidad de comunicar las acciones que va realizando durante el transcurso de su desarrollo.

La acción comunicativa es la interacción de un individuo con la sociedad que entienden un mismo lenguaje y que realizan acciones similares, de manera que entablan una comunicación interpersonal, y que tiene como principal elemento el lenguaje.

Según Habermas (1981), un hablante no puede dejar de pretender y validar si es que se quiere alcanzar un consenso comunicativo. Para alcanzar dicho consenso se debe tener en cuenta, la eficacia de cada acción comunicativa, que está compuesta por cinco elementos.

- **Involucramiento:** Este elemento ubica si las personas toman como propios los mensajes emitidos en la acción comunicativa. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 19).
  
- **Comprensión:** La función que cumple este elemento es conocer si el público objetivo entiende lo que se promueve y si el lenguaje utilizado es claro.  
(Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 19).
  
- **Atracción:** Se le atribuye como misión determinar si los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden a los gustos del público objetivo.  
(Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 19).
  
- **Aceptación:** Se trata de saber si los mensajes generan algún tipo de resistencia o perturbación, asimismo conocer si responden a la cultura del público. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 19).

- **Inducción a la Acción:** Explica si los materiales utilizados por los expertos contribuyen para que el público objetivo haga lo que se ha propuesto. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p 19).

Estos son los componentes que debe tener un buen material educativo comunicacional para que cumpla con los objetivos para los que fue creado, dichos componentes o elementos se complementan entre sí y actúan de manera interdependiente.

Los componentes de la eficacia fueron plasmados y desarrollados inicialmente por la Academy for Educational Development (AED) una organización independiente sin fines de lucro, que colabora en todo el mundo con diversos grupos como educadores, organizaciones, gobiernos, fundaciones y más grupos proyectados a apoyar mejoras en las escuelas, la capacitación de maestros, la elaboración de planes de estudio y la organización de diálogos de política constructivos sobre la educación.

Además, tiene como objetivo promover la igualdad y el acceso a una educación de calidad como derecho básico de todos los niños y niñas.

- **PLANIFICACIÓN FAMILIAR:**

El autor de este escrito, explica que la mujer adolescente es libre de elegir cada etapa de su vida, donde incluye formar una familia y tener los recursos para sostenerla, para ello primero tiene que evaluar sus posibilidades tanto económicas como sociales.

Toda mujer en cualquier etapa de su vida tiene derecho a la planificación familiar y a decidir su propio calendario para concebir un bebé, de tal manera que se promueve la igualdad. Cuando una mujer puede planificar sus embarazos también puede planificar su vida y tomar decisiones.

La posibilidad de decidir si tener o no hijos, cuántos, y cuándo tenerlos es un derecho que debe ser garantizado a todas las mujeres, porque el impacto de esa decisión tiene una repercusión directa en su salud, su calidad de vida y su bienestar.

La planificación familiar disminuye las tasas de embarazo no deseado, y a su vez, la necesidad de recurrir al aborto inseguro, que representa el 13% de la mortalidad materna mundial. (Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2013. p. 1)

Entonces, se puede concluir que es libre la opción y la responsabilidad de pareja que existe para planificar su vida familiar, pues la unión de la dupla tiene libertad para determinar cuántos hijos desea tener, así como también, tiene derechos a informarse sobre los mejores métodos anticonceptivos para la regulación de la fecundidad.

- **MATERNIDAD EN ADOLESCENCIA:**

“La maternidad en adolescentes es un problema social y es una de las experiencias más difíciles que afectan la salud integral de los (as) adolescentes, así como de los padres de familia, la sociedad y el niño que está por nacer, ya que no se reduce solamente a una problemática de salud biológica”. (Nava, 2009, p. 1)

En conclusión, al hablar de maternidad en adolescentes es como romper el hielo de prejuicios sociales, pues el menor desde la época escolar ya está teniendo deseos de experimentar placeres con su anatomía, los cuales si no son orientados traen consigo la maternidad adolescente.

- **EMBARAZO PRECOZ:**

Este término se base en el inicio de la vida sexual del adolescente, sin responsabilidad ni información adecuada sobre planificación familiar, y obtiene como resultado un embarazo precoz, este resultado compone un problema social, económico y de salud pública.

“El embarazo en las adolescentes trae consigo un elevado riesgo de complicaciones para la salud de la madre y de su hijo, los riesgos de los

Embarazos en estos casos aumentan, cuando se asocia con el menor nivel socioeconómico, la deserción escolar, la baja autoestima y sobre todo si no hay una pareja o una pareja inestable”. (Noguera, O. y Alvarado, R., p. 4).

- **CAUSAS DEL EMBARAZO PRECOZ:**

El autor de este libro señala que el embarazo precoz se presenta por diferentes causas como son culturales, socioeconómicas, educación y desorientación, depende de cada circunstancia por la que atraviese el adolescente, por lo que explica en qué consiste cada una de ellas.

El embarazo precoz puede estar marcado las brechas socioeconómicas permanentes plasmadas en zonas rurales y urbanas como en el nivel de ingreso y de educación de cada familia. El registro de adolescentes embarazadas principalmente se presenta en mujeres de bajos recursos económicos, poco bajo nivel educativo y totalmente desinformado.

Otro de los aspectos a considerar, es la edad en la que inician la vida sexual, el conocimiento sobre los métodos anticonceptivos, y la nupcialidad son determinantes asociados a la probabilidad de que se produzca un embarazo en precoz.

Por último, la incidencia de gestación precoz se relaciona, entre dos aspectos, con limitaciones e insuficiencia en el acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva, así como a la información y la educación. (El Plan Nacional de Prevención del embarazo en adolescentes en Ecuador, S. F. párr. 1 – 15)

- **FACTORES DE RIESGO:**

A esta edad el embarazo tiene situaciones complicadas sobre todo en el aspecto de la salud, tanto en la madre como en el niño, además, la situación con la pareja,

Se torna gris, al no recibir apoyo y estar expuesta al constante rechazo social, lo que puede afectar en la parte emocional del adolescente e induce a tomar decisiones erróneas.

- **CONSECUENCIAS DEL EMBARAZO PRECOZ:**

El autor define cuales son los aspectos en los que afecta el embarazo en los adolescentes, así como también, lo complicado que es para la menor decidir qué hacer con su futuro.

Se ha considerado que un embarazo no deseado o embarazo precoz, trae fuertes consecuencias psicológicas, sociales, económicas, educativas y laborales. Los efectos de muchas de ellas pueden extenderse, incluso, hasta muchos años después del embarazo afectando el entorno familiar y hasta social.

La adolescente durante el proceso de embarazo pasa por varias etapas, la primera, es antes de confirmar el embarazo, que tiene como consecuencia un impacto psicológico, pues la adolescente desea conocer si está gestando sin quererlo.

La siguiente etapa es continuar con el proceso de gestación o interrumpirlo trayendo consigo fuertes consecuencias. De optar por tener al bebé puede estar expuesta a problemas orgánicos, psicológicos, sociales, económicos y educativos.

Otra de las consecuencias del embarazo en la etapa de la adolescencia, es que surgen una serie de problemas como son: interrupción de la etapa escolar, dificultad para la inserción en el mundo laboral e interfieren notablemente con la posibilidad de conseguir unos ingresos suficientes. Además, las relaciones interpersonales de las adolescentes pueden complicarse.

También existe la consecuencia como pareja, en la que ambos se ven envueltos en un embarazo no deseado, tanto el varón como la mujer tienen que tomar importantes decisiones, una de ellas es, si continuará o no su relación y en qué

Condiciones. Otra opción es, si conformara una familia propia o vivirán como una subfamilia en la casa de los padres o familiares.

Todas estas decisiones pueden afectar notablemente a su relación, lo que va a generar evidentemente distintas consecuencias para ambos. En concreto, aspectos como el fracaso matrimonial, el logro educativo, el nivel económico y algunos efectos sobre el posible hijo pueden depender de la decisión tomada. (Martínez. M., párr. 1 - 12)

En conclusión, el embarazo a corta edad trae consecuencia en el aspecto, físico, psicológico y social. Además, contribuye al aumento de madres solteras, a la deserción escolar, empobrecimiento, deterioro familiar y hasta desperfectos de salud.

### **2.3. CONTEXTUALIZACIÓN**

En la actualidad el embarazo precoz es un tema que se penetra en todas partes del mundo, sin embargo, existen instituciones que informan al adolescente a prevenir esta situación.

Para hablar de embarazo precoz se tiene que conocer las raíces y cuáles podrían ser los principales factores por los que se da este fenómeno en la adolescencia, así como también se debe conocer cómo ha ido aumentando con el pasar de los años, convirtiéndose en un tema importante que afecta a la sociedad.

Comas, es un distrito ubicado hacia el norte de la capital limeña, y que durante su creación y hasta la fecha alberga miles de familias con escasa capacidad financiera para adquirir un terreno e instalar su vivienda. Sin embargo, con el transcurso del tiempo se ha ido implementando y expandiendo el rubro de la industria y aunque a paso lento, el distrito viene desarrollándose poco a poco.

Pero eso no es suficiente, pues todavía existen problemas como escasos de servicios básicos en algunas zonas del distrito y hasta problemas como el

Embarazo precoz por falta de información o información no totalmente comprendida.

### **2.3.1. EMBARAZO PRECOZ EN EL ASPECTO CULTURAL:**

#### **2.3.1.1 SEXUALIDAD Y CULTURA**

##### **2.3.1.1.1. CONCEPTO DE SEXUALIDAD**

La sexualidad es un aspecto muy importante de la personalidad humana, porque dos personas se unen psíquica y físicamente compartiendo emociones y sensaciones de alegría, agrado, placer, dicha, felicidad, gusto, gozo y satisfacción.

“Todos los seres humanos nacen con la capacidad de respuesta sexual, pero es solo durante la adolescencia cuando nos damos cuenta de que ciertos pensamientos y sentimientos son sexuales”. (Coupey, p 1029).

Por consiguiente, la sexualidad se podría definir como un conjunto de condiciones o características anatómicas y fisiológicas que diferencian a un género del otro, asimismo, es el comportamiento de como los seres humanos vivimos nuestra condición de varón o mujer, de acuerdo a ciertos patrones de conducta.

##### **2.3.1.1.2. CONCEPTO DE CULTURA**

Básicamente la cultura se define, como las costumbres y modos de vida de un ser humano dentro de una sociedad, así como también es el conjunto de conocimientos y desarrollo artístico, científico, industrial en una época o grupo social.

La palabra cultura tiende a explayarse y tener varios significados de acuerdo al contexto. Podría definirse de acuerdo a la conducta interna, creencias y valores de nuestra propia sociedad y costumbres. También se podría dividir en cultura

interna que se enfoca en nuestros sentimientos e ideas, así como en cultura externa, que interactúa y tiene conflictos con nuestra propia cultura y puede ser adquirida a través de la observación, educación o de la instrucción, esta es fácil de aprender y cambiar por ejemplo las costumbres, comida y lenguaje. (Hall. 1989 párr. 7)

Entonces, al hablar de sexualidad y cultura, significa el desarrollo del hombre o la mujer en un determinado espacio geográfico, con costumbres, ideas y creencias a las que pertenece el mismo.

El niño desde pequeño va adecuándose a las características de la familia, pues es ella quien introduce al individuo a la sociedad, sin embargo, durante la etapa de crecimiento el niño va desarrollándose en un entorno social donde adopta ciertos elementos.

Cabe mencionar, que los medios de comunicación también influyen en el pensamiento del hombre, y enseña valores promovidos por los grupos sociales.

Pero esta unión de términos apunta, al comportamiento sexual de cada persona según su entorno y apreciaciones culturales, dentro del que se desplaza el individuo, por lo que toman como una necesidad la experiencia sexual de acuerdo a un contexto.

## **2.3.2. EMBARAZO PRECOZ EN EL ASPECTO HISTÓRICO:**

### **2.3.2.1. EL EMBARAZO PRECOZ**

Es la consecuencia del acto sexual entre el hombre y la mujer adolescente, tras haber omitido la responsabilidad e información adecuada sobre planificación familiar, por lo que este resultado compone un problema social, económico y de salud pública.

Según el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (como se citó en el Boletín de la Infancia y adolescencia sobre el avance de los objetivos del Desarrollo del Milenio: Desafíos., 2007, párr. 2.), El embarazo en las adolescentes es un

Problema de reconocida trascendencia. Diariamente podemos observar mujeres entre 13 y 19 años embarazadas en las calles, en ocasiones en las escuelas, en las tiendas y en otros lugares.

Son muchos los factores que conllevan a los adolescentes a experimentar el ejercicio de la sexualidad a temprana edad que en muchas ocasiones traen como consecuencia el embarazo precoz.

### **2.3.2.2. EMBARAZO PRECOZ EN EL MUNDO**

Los variados índices y porcentajes de casos de embarazo precoz a nivel mundial causan admiración en la sociedad y los estados.

El instituto chileno de medicina reproductiva señaló que cada año, 15 millones de adolescente entre 15 y 19 años de edad dan a luz en el mundo, lo que representa la quinta parte de todos los nacimientos.

En los países en desarrollo, en promedio, el 40% de las mujeres son madres antes de los 20 años, variando entre un 8% en Asia Oriental y el 56% en África Occidental

En muchos países desarrollados, sólo el 10% de las adolescentes tienen su primer embarazo precoz. No obstante, en Estados Unidos, aproximadamente el 19% de las mujeres adolescentes dan a luz antes de los 20 años.

**Gran Bretaña posee la tasa de embarazo adolescente más alta de la Unión Europea**, con cerca de 90 mil adolescentes embarazadas cada año. A lo que se suman otras 100 mil niñas que deciden por no tener al bebé.

Ante el alto costo que genera los embarazos en adolescente, el estado optó por dejar de lado las campañas tradicionales de prevención e información para desarrollar una campaña agresiva que consistía en retardar la edad de iniciación sexual, con el fin de disminuir estos casos a la mitad en un plazo aproximado de 10 años.

En América Latina, los nacimientos de madres menores de 20 años son cerca del 15%, y algunos países superan el 18%. Así, cada año unas 3 millones 300 mil adolescentes latinoamericanas llevan a término un embarazo, según el módulo sexualidad y embarazo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, párr. 1 – 5).

En síntesis, el embarazo en los adolescentes a nivel mundial, es un tema alarmante y de preocupación social, por lo que muchos gobiernos han implementado estrategias para combatirlo en un determinado plazo. Asimismo, la fecundidad en los menores, es un riesgo que retrasa al país y afecta a la salud de la misma, está en la misma sociedad concientizar e informar a los adolescentes sobre el tema que se ha penetrado a nivel mundial hace muchas décadas y que sigue latente.

### **2.3.2.3. EMBARAZO PRECOZ EN AMÉRICA LATINA**

En América del Sur habitan alrededor de 28 millones de adolescentes que tienen entre 10 y 19 años de edad, de los cuales la mitad grupo de 10 y 14, y la otra al grupo de 15 y 19 años. Los adolescentes representan al 20 % del total de los también llamado países andinos, porcentaje que irá creciendo en la dinámica de transición demográfica.

En el rango de mujeres adolescentes entre 15 y 19 años, se estima que 1.5 millones ya sean madres o están embarazadas, siendo gran parte de estas gestaciones no planificadas. La probabilidad de ser madre en esta etapa aumenta entre las mujeres pertenecientes a los grupos de mayor pobreza y desprotección.

En América Latina, se producen alrededor de 80 nacimientos por cada 10000 mujeres que oscilan entre 15 y 19 años de edad, de hecho, la fecundidad en países de la región no muestra una tendencia a la baja como en otros

Continentes. Además, en los países de la mayor fracción del total de nacimientos son los de madres adolescentes. Así, la concentración de la reproducción en la adolescencia es una característica de la región. (Plan Nacional de Prevención del Embarazo en Adolescentes en Ecuador, párr. 1 - 3).

El embarazo precoz en este sector del mundo, es considerablemente alto seguido de los países de pobreza extrema, donde se puede apreciar la alta tasa de fecundidad en adolescentes, entre 15 y 19 años.

#### **2.3.2.4. EMBARAZO PRECOZ EN EL PERÚ**

En el Perú la tasa de adolescentes embarazada se ha mantenido en el 13% desde año 2000, casi trece años después el país sigue teniendo mujeres entre 15 y 19 años que ya comenzaron con la actividad sexual, o quizás con su primer hijo.

Sin embargo, esa consecuencia viene de muchos factores que influyen para dar el apresurado paso, como se puede considerar que, entre las adolescentes más pobre, el 26 % salen embarazadas a temprana edad, a diferencia que el 3%, de las menores con recursos sostenibles, son las más vulnerables a quedar embarazadas.

Otro factor a considerar, es la educación. En este país, las mujeres menores de edad que no tienen educación y que salen embarazadas, es el 57 %, mientras que las estudiantes con educación primaria, es el 35% que gestan entre los 15 y 19 años, y las personas de educación superior, alcanzan un 5% de embarazos antes de cumplir la mayoría de edad.

A pesar, que el 32 % de las adolescentes embarazadas hayan usado métodos anticonceptivos, no fue suficiente para prevenir la situación en algún momento de descuido.

7 de cada 100 muertes por causas maternas, son de madres de 17 años o menos, lo que significa que la adolescente aún no está preparada para asumir el papel de madre.

Cabe señalar, que el Perú está dividido en tres regiones, en las que varía el porcentaje de embarazadas, ya sea por culturas, costumbres y/o obligación de tener un bebé a corta edad. En la costa, el 9% del total de adolescentes están embarazadas, en la sierra, la cifra va aumentando y alcanza, el 16%, mientras que en la selva, el 28 % tiene un bebé durante la adolescencia. (El Fondo de Población de Naciones Unidas, 2013, p. 1 a p. 3).

#### **2.3.2.5. EMBARAZO PRECOZ EN LIMA**

En el 2012, según los datos sobre el embarazo adolescente en el Perú, la cifra que ha alcanzado la capital Limeña en cuanto a la fecundidad de menores de edad, es el 8%, que antes de culminar el colegio, tienen la responsabilidad de criar a un niño que no fue planeado con la pareja, y que por irresponsabilidad y desinformación sucedió. (F. Basili profesor, filósofo y jefe del área de comunicación de la Unicef, 10 de octubre de 2013).

#### **2.3.2.6. EMBARAZO PRECOZ EN LIMA NORTE**

El embarazo precoz en Lima norte, depende de la zona en que te pares, como, por ejemplo: si se toma como referencia entre Collique y Puente Piedra, hace referencia a pobreza, por lo que el embarazo en adolescente se sitúa a más del 11%, pero si se habla entre Collique y Caquetá, ya se basa a una clase media en la que disminuye el porcentaje, no en gran cantidad, pero al menos está por debajo del 9%". (F. Basili profesor, filósofo y jefe del área de comunicación de la Unicef, 10 de octubre de 2013).

### **2.3.3. EMBARAZO PRECOZ EN EL ASPECTO LEGAL:**

#### **2.3.3.1. EMBARAZO PRECOZ EN EL ASPECTO LEGAL EN PERÚ**

Según el profesor, filósofo y jefe del área de comunicaciones de la Unicef, en el Perú hasta menos de 6 meses toda forma de sexo en menores de 18 años era una falta punible, con menores de 14 años era considerado seducción y violación por lo tanto constituía delito o falta; entre los 15, 16 y 17 años tenía otro estatus mayor de tolerancia si es que la persona declaraba que el sexo había sido consentido, además, de ser el ejercicio ilegal hace pocos meses.

Sin embargo, la posibilidad legal que las personas desde los 16 años admitan el disfrute de la intimidad, significa que el delito se pierde dentro del contexto.

Por lo que se podría decir, que en el Perú el delito de tener relaciones sexuales con una menor de edad, ya no es castigado con la pena preventiva de la libertad.

Por otro lado, la ley peruana, protege a la mujer o adolescente embarazada, de manera que le brinda cuidados de salud ante durante y después del embarazo (pre parto, parto y puerperio).

Cabe señalar, que hasta la fecha no existe una política pública efectiva para la reducción del embarazo precoz.

### **2.4. SUPUESTO TEÓRICO**

El centro de salud de Santa Luzmila y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas cumplen con los elementos de la eficacia de la acción comunicativa, acerca de la prevención del embarazo precoz durante el periodo 2013.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1. UNIDAD TEMÁTICA

Eficacia de la Acción comunicativa.

#### DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Habermas plantea que la acción comunicativa tiene al lenguaje como un medio dentro del cual tiene lugar importante para el entendimiento de los participantes en el proceso de la comunicación, al relacionarse con un mundo (situación o fenómeno) con pretensiones de validez que puedan ser reconocidas puestas en acción.

La validez de las pretensiones que se presentan, se mide a través de los 5 elementos que contiene la eficacia (atracción, comprensión, involucramiento, aceptación e inducción a la acción) para conocer si se ha cumplido con el objetivo que tiene un actor frente a otro.

#### 3.1.1. CATEGORIZACIÓN

- **Involucramiento:** Averigua si el público objetivo se siente identificado con el material que brinda una institución, en la que proponen diversos mensajes.  
(Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 38).
  
- **Comprensión:** Permite conocer si el público objetivo entiende los contenidos y mensaje presentados en el material, así como también, permite saber, si el público objetivo tiene claro porque debe adoptar el comportamiento factible que se propone en el mensaje. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 38).
  
- **Atracción:** Con este componente se comprueba si el material llama la atención del público objetivo, en breves palabras, determina si el mensaje

tiene gancho o no. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 19).

- **Aceptación:** Determina si el público objetivo acepta las propuestas o acciones contenidas en los mensajes, pues permite confirmar que nada moleste o genere alguna indisposición para quien va dirigido. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 39).
- **Inducción a la Acción:** A través de este componente se busca comprobar si el cambio de comportamiento o actitud propuesto es identificado, aceptando como factible y posible lograr. (Fondo de Naciones Unidas para la infancia, 2003, p. 40).

### 3.2. METODOLOGÍA

El presente trabajo tomará como referencia y punto de partida una metodología cualitativa, ya que busca conocer la perspectiva de un determinado grupo, en cuanto a la acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz.

“La metodología es simultáneamente tanto la manera cómo enfocamos los problemas, como la forma en la que buscamos las respuestas a los mismos” (Sandoval, 1996, p. 4)

Al elegir el tema se tiene que realizar una previa investigación para conocer cuál es el contexto donde se va a trabajar y cuál es el rumbo del problema, tras ello se podrá estructurar una serie de procesos que ayuden a resolver las interrogantes.

En tanto, la investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto.

Busca comprender a través de un conjunto de técnicas, la perspectiva de los participantes acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, opiniones y significados, es decir, la forma en la que los

Involucrados perciben subjetivamente su realidad, para ayudar a entender el problema. (Metodología de la investigación, 2001, parr. 1-2)

Entonces, esta investigación se basa en la metodología cualitativa, debido a que analiza la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz. Esto se llevará a cabo, a través de entrevistas a profundidad a representantes de las instituciones locales de Santa Luzmila y grupos focales a adolescente de un rango de edades diferentes.

### **3.2.1. TIPO DE ESTUDIO**

Se determina que la investigación a utilizar en el presente trabajo es descriptiva, porque se requiere de antecedentes para analizar el tema, con ello se podrá formular las preguntas importantes para elaboración de datos que se desean conocer acerca de cada acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila, acerca del embarazo precoz.

Luego de haber recolectado información, se analizará en base a los objetivos previamente definidos, asimismo, se seleccionará una serie de cuestiones y se describirá para que de tal forma se pueda dar solución al problema planteado.

Para contrastar lo mencionado en la parte superior, "la investigación descriptiva permite caracterizar situaciones, reacciones, productos, personas, comunidades o cualquier fenómeno según sus propiedades o atributos, tanto cualitativos como cuantitativos". (Danhke, 1989, p. 369).

### **3.2.2. DISEÑO**

El diseño que se utiliza para esta tesis es etnográfico porque pretende analizar la acción comunicativa que realizan las instituciones locales en cuanto a un problema que se ve a diario en la zona.

Para sustentar porque la elección del diseño, el autor señala que la etnografía describe y analiza significados, ideas, creencias, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades. Incluso puede ser muy amplio y abarcar la historia, geografía y los subsistemas socioeconómicos, educativo, político y cultural de un sistema social. Asimismo, la etnografía implica la descripción e interpretación profundas de un grupo, sistema social o cultural.

El diseño etnográfico también describe y analiza lo que las personas de un lugar, estrato o contexto determinado hacen usualmente, así como también muestra los significados que le dan a cada comportamiento realizado bajo los mismos códigos, ya sean comunes o especiales, para que finalmente se determine o resalte las regularidades que proceso cultural. (Metodología de la investigación, 2001, parr. 3 - 4)

### **3.3. ESCENARIO DE ESTUDIO**

Comas, es el cuarto distrito más poblado del país (7605742) según el INEI en el 2007, y uno de los 43 que conforman la Capital Limeña. Ubicado aproximadamente en el extremo norte de la provincia de Lima. Además, limita por el norte con el distrito de Carabaylo, al este con el distrito de San Juan de Lurigancho, al sur con el distrito de Independencia y al oeste con el distrito de Los Olivos y Puente Piedra.

Dentro de Comas, se posiciona la urbanización Santa Luzmila, donde actualmente ha desarrollado gracias al comercio e inversionistas que apuestan

Por iniciar un negocio, proyectándose a cumplir sus objetivos a un mediano plazo.

El distrito cuenta con los servicios básicos de una comunidad, de los cuales dos instituciones locales son analizadas en esta investigación.

La primera institución es el: centro de salud, que fue planificado y construido en gran parte por la Asociación Pro – Vivienda Santa Luzmila. Este lugar consta de 22 ambientes y áreas adaptadas a las necesidades de la población del distrito.

Hasta el momento, tanto el centro de salud Santa Luzmila como la Red de salud Túpac Amaru y el hospital de apoyo Sergio Bernales se encuentran bajo la administración de la Dirección de Salud V Lima ciudad.

Y la segunda institución analizada es el: Centro Cívico Municipal de Comas, encargada del área de deportiva, cultural, gastronómica, legal y educativa, que tiene más de 20 años de creación y atiende a todos los pobladores de Comas. Esta institución es derivada de la Municipalidad del distrito, con el fin de cumplir funciones básicas para el desarrollo de cada ciudadano.

### **3.4. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.4.1. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD:**

La entrevista a profundidad consta en la recolección de datos importantes que complementen significativamente a la presente investigación, de esa manera, la respuesta del entrevistado no podrá ser alterada por el entrevistador, ya que se tergiversaría la respuesta sobre determinado punto.

La entrevista a profundidad que se ha realizado para este trabajo, es construida luego de haberse realizado una previa investigación del tema, con la finalidad de construir las preguntas que se aplicaron a través de un instrumento.

Cabe señalar, que las preguntas planteadas para la investigación, fueron validadas por especialistas en la materia, quienes son los encargados de revisar, comentar y aprobar el contenido de cada interrogante.

A continuación, los autores explican con claridad la razón de ser de una entrevista a profundidad:

Este es el instrumento preferido y básico de la investigación cualitativa. Por lo general, su empleo implica la realización de varias sesiones con la misma persona. Se comienza con una primera entrevista de carácter muy abierto, la cual parte de una pregunta generadora, amplia, que busca no sesgar un primer relato, que será el que servirá de base para la profundización ulterior. Se considera, en tal sentido, que la propia estructura, con que la persona entrevistada presenta su relato, es portadora en ella misma de ciertos significados que no deben alterarse con una directividad muy alta, particularmente, lo repetimos, al comienzo del proceso. (Sandoval, 1996, p. 145).

Asimismo, este instrumento cualitativo debe ser una comunicación íntima, flexible y abierta entre dos personas (entrevistado y entrevistador), donde no puede intervenir un tercero, porque si no se convertiría en un grupo focal.

Según Sampieri (como se citó en Janesick, 1998, párr. 1), en la entrevista, a través de preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.

La entrevista se basa en la adquisición de datos de fuentes primarias, que permite darle mayor confiabilidad al trabajo de investigación.

Otro autor plantea un concepto similar de entrevista. En esta hace referencia al método para obtener información sobre un problema, a partir de ello se establece una lista de temas, en relación con lo que se focaliza la

Entrevista, quedando ésta a la libre discreción del entrevistador, quien podrá sondear razones y motivos, que ayudan a establecer determinado factor. (Rodríguez, 199, p. 185)

Las entrevistas tienen un origen ligado a planteamientos sociológicos y antropológicos. En este sentido, aparece como esencial llegar a obtener el conocimiento del punto de vista de los miembros de un grupo social o de los participantes en una cultura. Cabe señalar, que la entrevista es uno de los medios para acceder al conocimiento, las creencias, los rituales, la vida de esa sociedad o cultura, obteniendo datos en el propio lenguaje de los sujetos.

En la síntesis, la persona que sea entrevistada debe tener conocimiento del tema a tratar, ya que tiene como finalidad brindar un aporte para la solución el problema que se está analizando.

Asimismo, las respuestas estarán orientadas hacia una postura que va de acuerdo al entrevistado, pues él es, quien contribuye a encontrar soluciones y sentido a la investigación.

#### **3.4.2. GRUPOS FOCALES:**

Es una técnica muy de recolección de información utilizada en los últimos tiempos para los trabajos de campo en la investigación, principalmente para grupos para debatir y obtener diferentes puntos de vista sobre problemáticas importantes que afectan a conglomerados humanos específicos.

Esta técnica cuenta con diferentes importantes características, entre ellas, que es colectivo pero que contrasta con la singularidad personal de la entrevista a profundidad. Se denomina focal por lo menos en dos sentidos: el primero se centra en el abordaje a fondo de un número muy reducido de tópicos o problemas; en el segundo, la configuración de los grupos de entrevista se hace a partir de la identificación de alguna particularidad relevante desde el punto de vista de los objetivos de la investigación, lo que lleva a elegir solamente sujetos

Que tengan dicha característica, por lo general entre seis y ocho. (Sandoval. C.A., párr. 1- 3).

Este instrumento cualitativo enriquece la investigación, ya que se adquiere información más profunda de un determinado grupo que tiene características comunes y que pueden evidenciar el fenómeno o problema por el cual atraviesa una sociedad.

Cabe señalar, que al aplicar este instrumento el investigador se compromete a definir la variable luego de haber obtenido las respuestas sobre la guía de indagación estructurada antes.

Sin embargo, existe otra definición que no apoya exactamente lo que cita el primer autor es:

El tamaño de los grupos focales no debe extenderse, sin embargo, hay cantidades de personas de acuerdo a lo que se desea determinar. Se puede agrupar a 3 o 5 personas cuando se pretende conocer emociones profundas o temas complejos, mientras que un grupo de 6 a 10 participantes pueden determinar asuntos más cotidianos. (Metodología de la investigación, 2001, párr. 2).

En síntesis, el grupo focal se base en la comunicación entre un grupo determinado de personas para llegar a conclusiones similares y reconocer el problema, con la finalidad de buscar soluciones.

Cabe señalar, que para la presente investigación los tres grupos focales fueron compuestos por 7 personas.

El tercer grupo focal, a diferencia de los dos primeros sirvió para analizar cinco de las piezas gráficas que entrega el centro de salud para informar a los adolescentes acerca de la prevención del embarazo precoz.

### **3.4.3. FICHA DE OBSERVACIÓN**

En el tipo de investigación cualitativa se aplicará la ficha de observación, que consiste no solo en observar lo visible sino profundizar y captar los aspectos relevantes que permitan obtener información que se pueda analizar en el presente trabajo.

“La investigación cualitativa no se limita en el sentido de la vista, implica todos los sentidos” (Sampieri. 2010. pp. 587 - 589)

## **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Las técnicas de recolección que se utilizaron en esta tesis fueron tres: Análisis entrevista a profundidad, grupos focales y fichas de observación. Cada una de ellas con sus respectivos instrumentos.

### **3.5.1. GUÍA DE INDAGACIÓN PARA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD PERSONAL DE SALUD DE LAS INSTITUCIONES**

Este instrumento cualitativo de gran ayuda a la investigación, se ha realizado a representantes de las instituciones locales de Santa Luzmila.

Es una entrevista semi-estructurada, directa y personal, que se llevó a cabo a través de grabaciones para no perder ningún detalle de las respuestas.

Asimismo, para darle formalidad a la guía de indagación se explicó cuál es el tema y cuál es la relevancia, tras ello, las preguntas fueron elaboradas por cada indicador a analizar.

Tiene como finalidad, descubrir de qué forma estas instituciones de la zona realizan acción comunicativa y que tan eficaces son.

### **3.5.2. GUÍA DE INDAGACIÓN PARA GRUPO FOCAL A ADOLESCENTES**

Se realizó dos grupos focales, el primero con 6 a 8 adolescentes que puedan dar su punto de vista sobre la acción comunicativa de las instituciones locales de Santa Luzmila sobre la prevención del embarazo precoz, con el segundo grupo también se trabajó el mismo tema, pero la diferencia es que las participantes ya son madres adolescentes y pudieron dar otra perspectiva del fenómeno.

Este instrumento al igual que las entrevistas, fueron grabadas para no adulterar las respuestas brindadas por las (os) participantes, asimismo, se rescató indicadores importantes que aportaron a esta investigación.

### **3.5.3. FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN**

Se ha analizará las fichas de observación sobre la opinión de los adolescentes acerca de cinco piezas gráficas obtenidas del centro de salud y la opinión de la presente investigadora sobre el mismo material, con la finalidad que se adquiera información relevante y fundamentada para darle un buen sustento a la investigación.

Con estas fichas de observación se pretende conocer cuáles son los elementos de la eficacia que se encuentran en cada pieza grafica informativa que brinda el centro de salud Santa Luzmila.

### **3.6. MAPEAMIENTO**

- **ROJO: INVOLUCRAMIENTO.**
- **CELESTE: COMPRENSIÓN.**
- **VERDE: ATRACCIÓN.**
- **AZUL: ACEPTACIÓN.**
- **MORADO: INDUCCIÓN A LA ACCIÓN.**

## ENTREVISTAS Y GRUPOS FOCALES

- **ENTREVISTADO 1: TRABAJADORA SOCIAL DEL CENTRO CÍVICO MUNICIPAL DE COMAS, EDITH PIZARRO.**

**¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo en adolescentes?**

Tenemos un plan de acción en favor de un niño adolescente dentro de la oficina de DEMUNA que se llama COMUDENA; y dentro de esta última institución participa el Ministerio Público de Salud, poder judicial, la Defensoría del pueblo, la misma municipalidad, la Ugel, Ministerio de trabajo y ONG, entre otras instituciones públicas que trabajan en defensa de la niñez y del adolescente.

Bueno nosotros tenemos dentro de un plan, la opción de hacer trabajos de prevención como este mes se celebra la prevención de embarazo precoz, vamos hacer una campaña y porque ya hemos identificado a un colegio con nueve casos de adolescentes embarazadas, por lo que vamos hacer junto con el ministerio de Salud una campaña de prevención con todas las instituciones que estamos participando en el COMUDENA, dentro de eso también está el Ministerio de la Mujer, el INABIF, la policía de mujeres, la policía Túpac Amaru que le corresponde para trabajar el tema, y aprovechando otras instituciones.

De esa manera, seis médicos son los que van a intervenir para hacer las charlas sobre prevención, es más se mostraran películas sobre el tema.

**¿Cree que el público se identifique con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?**

Si pienso que, si se identifican con los mensajes, para ese día se ha coordinado con la directora como un paro de las actividades escolares para que todos los alumnos puedan participar ya que se reunido fondos de varias instituciones públicas para llevar material.

**¿La institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?**

Sí, siempre se coloca eso en el plan del COMUDENA, y se ha trabajado en otras escuelas por lo que pareciera que en algo se ha reducido (los embarazos precoces), además, en los centros de salud ya no se están hablando de esas escuelas afectadas, sino de la que esa más cerca de nosotros y que el día 24 se hará una campaña.

**¿Usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa es totalmente entendible para el público?**

Bueno los materiales son propios de cada institución para los días de la campaña sobre todo que sean atractivos para las adolescentes, como material de difusión como llaveritos, lapiceros, gorritos, y hasta porta celulares, cosas que atraigan y sensibilice a todos.

**¿Para usted que recurso sería necesario para la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?**

Que se difunda más el tema, como radial, televisivo, periódicos locales, pero a veces no le dan importancia.

**¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa respondan al gusto del público?**

Sí, son palabras sencillas que se utiliza para los adolescentes, pero con contenido reales para que puedan captar y reproducir en de repente en sus hogares.

En este caso se habla de la pareja de adolescentes, porque no solo la niña lleva la responsabilidad, sino que también el niño es padre joven.

**¿Cree que el público se siente satisfecho con la información que brindan?**

Yo pienso que s se sienten satisfechos, por ejemplo, la directora está contenta con el trabajo que vamos hacer allí, además de haberse tomado importancia al colegio, y hemos elegido ese centro educativo por tiene un alto índice de adolescentes embarazadas.

**¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector de Santa Luzmila?**

Campañas se hacen de diferentes tipos, pero en relación a los escolares se da durante todo el año, de diferentes temas que se puede tratar. Relativamente es dejando un mes o quizás cada mes, pero todos en conjunto con las instituciones mencionadas al inicio y se determina a que zonas de Comas vamos a llegar.

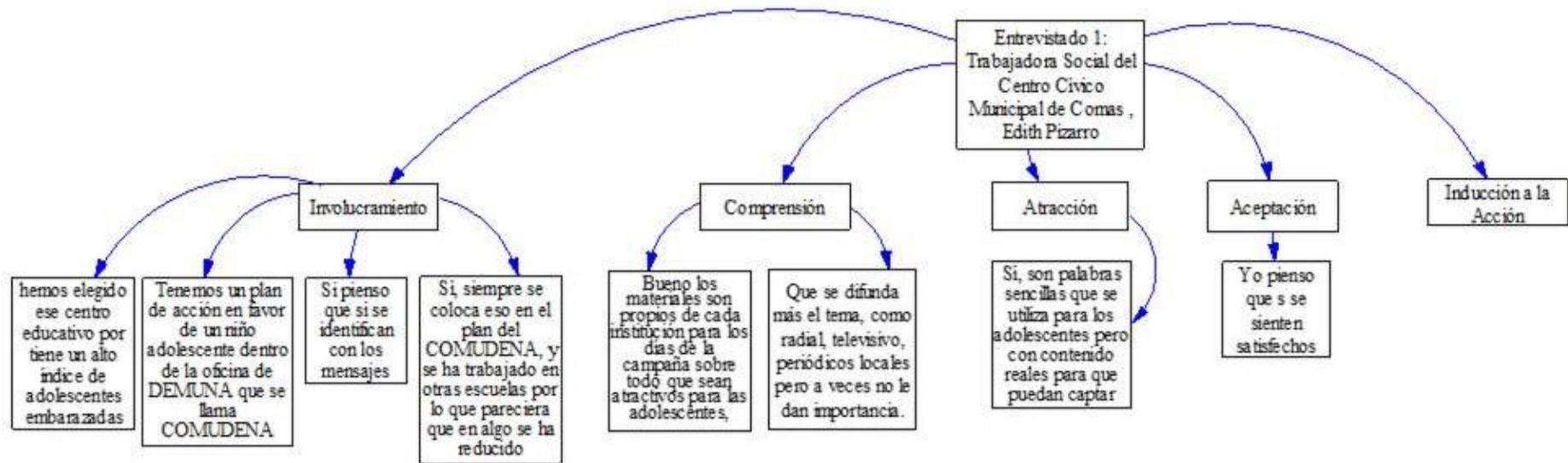
**¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?**

No, logra al 100% los objetivos, pero si llega al receptor de manera positiva.

**¿Cómo determinan que mensajes transmitir a los adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?**

Bueno eso ya está dentro del plan aprobado, por ejemplo, en diciembre se hace la evaluación, en enero se comienza el plan y se decide que se va hacer para todo el año.

Al inicio del año escolar ya todo está planeado, por ejemplo, ministerio de Salud dice que ha quedado pendiente del año pasado y eso es lo que se realiza en conjunto con el plan nacional de la infancia y la adolescencia, todo tiene que ir de la mano.



- **ENTREVISTADO 2: PSICÓLOGA DEL CENTRO CÍVICO MUNICIPAL, LUZ VICUÑA.**

**¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece acerca de la prevención del embarazo precoz en adolescentes?**

Yo brindo charlas en los colegios de la zona con autorización del Centro Cívico Municipal, donde netamente tocamos la sexualidad saludable y el significado de que es ser varón y que es ser mujer, para que cada uno se conozca, además de trabajar las ITS y embarazo a adolescentes.

El último tema se debe tocar, porque no ha disminuido los embarazos adolescentes y hay chicas que siguen con el embarazo, como hay otro tipo de chicas que evitan continuar con la gestación, por lo que se capacita a través de unos talleres que se llaman fortalecimiento de capacidades para evitar esas situaciones de riesgo.

Por todo ello, a través de charlas se trata de informar a los adolescentes, ahorita por ejemplo estoy en el colegio Sinchi Roca.

**¿Cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?**

Yo pienso que si ayuda no será determinante, pero ayuda, porque hay una realidad... los padres no están hablando con sus hijos y eso se ha podido percibir acá, de repente no tocan los temas por vergüenza o porque no saben cómo abordarlos; y los chicos están en una edad que cuando ya están despertando y tiene curiosidades.

**¿La institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?**

Desarrollamos un programa en un solo colegio cuando se determina con anticipación.

**¿Usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?**

Bueno a mí me gusta hablar claro y sencillo no crudo, porque si a los chicos lo llevas a una conversación técnica ya comienzan a especular y entran a la broma, a las malas ideas.

**¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?**

Generalmente darle unos materiales no todos los leen, entonces yo trabajo con láminas o con power point y llevo las diapositivas de lo que quiero explicar.

**¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?**

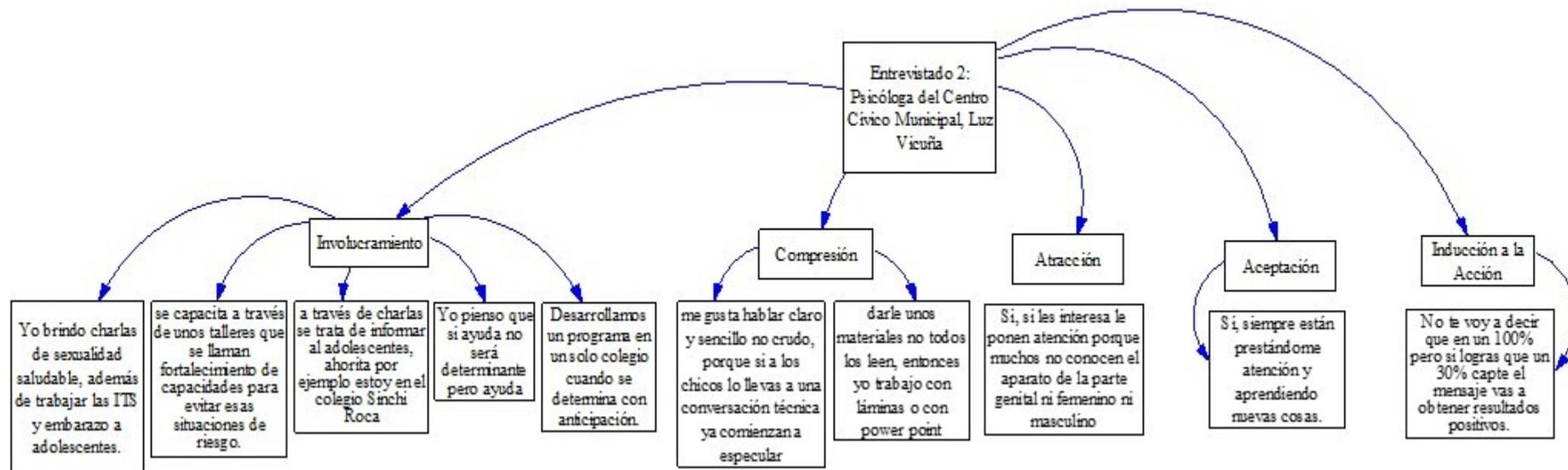
Si, si les interesa le ponen atención porque muchos no conocen el aparato de la parte genital ni femenino ni masculino, no saben ambos que es lo que tienen solo lo conocen externamente, además lo trabajo con mensaje sobre enfermedades de transmisión sexual, ósea conocer que te genera tener relaciones sin protección.

**¿Cree que el público se sienta satisfecho con la información que brindan?**

Sí, siempre están prestándome atención y aprendiendo nuevas cosas.

**¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?**

Bueno yo creo que sí, no en su totalidad, pero creo que sí. No te voy a decir que en un 100% pero si logras que un 30% capte el mensaje vas a obtener resultados positivos.



- **ENTREVISTADO 3: A LA OBSTETRA DEL CENTRO DE SALUD SANTA LUZMILA: CARMEN ESPADÍN**

**¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo precoz en adolescentes?**

Llevamos un programa que se centra en la estrategia al adolescente, se va a los colegios y se hace las sesiones educativas con los alumnos, sobre todo en los temas de salud sexual y reproductiva como charlas de prevención de enfermedades de transmisión sexual y embarazo en adolescentes.

Incluso en la campaña pasada, se fue a los colegios se hizo juegos con los chicos en un tablero que consistía en hacer preguntas y respuestas.

**¿Cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?**

Es un poco difícil lograr la concentración de los chicos porque a pesar de ser adolescentes se siguen comportando como niños, por lo que a veces tenemos que bajar a su nivel, a su lenguaje y comportamiento para que ellos puedan comprender.

**¿Usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?**

Si, se hace lo posible para que el lenguaje que se utiliza sea a su nivel, pero falta trabajar bastante en el área de adolescentes. A veces se tiene limitaciones con los horarios de los profesores.

**¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?**

Seguir captando a los adolescentes, pues existe una modalidad de los chicos pares, quienes captan a los líderes y que ellos mismo llevan los mensajes de prevención ya que saben el lenguaje de los adolescentes. Esta modalidad se creó porque nos damos cuenta que más los escuchan a los amigos que al adulto mayor.

**¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?**

Sí, porque a ellos les encanta recibir este tipo de charlas, se ponen como niños juguetones y si responden, al menos cuando se hacen los juegos unos responden más que otro pero si está resultando.

Cabe señalar, que siempre hay que llevar un estímulo, lamentablemente a la gente se le ha condicionado que si no me das algo como un regalo, no me interesa lo que estás hablando. Por eso nosotros llevamos regalos porque si vamos solo con nuestra conferencia o charla ni caso nos hacen.

**¿Cree que el público se sienta satisfecho con la información que brindan?**

Digamos que siempre hay que dar más, ellos mismos también piden que haya más acciones comunicativas, incluso cuando vienen a escuchar las charlas acá en el centro de salud, exigen que vayan a sus colegios para que los orienten.

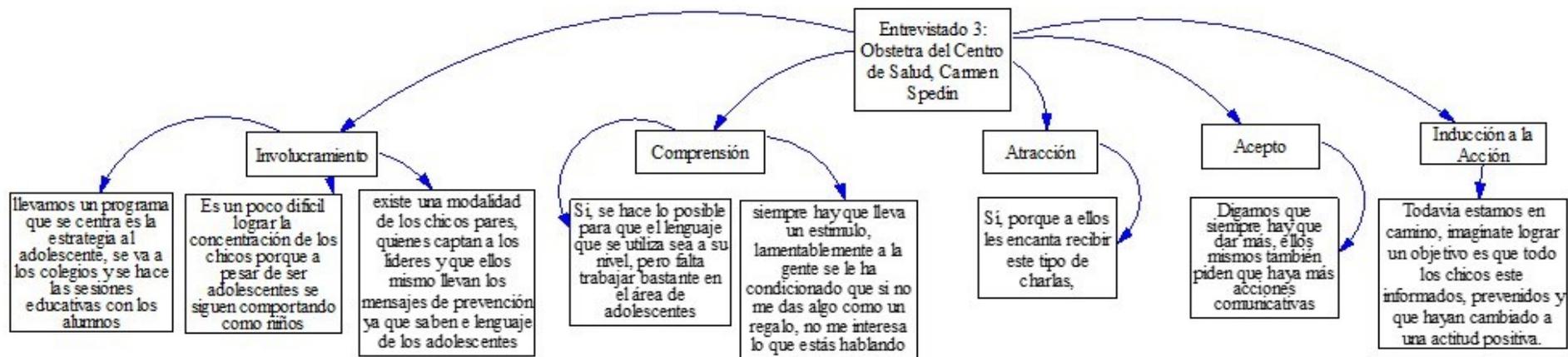
**¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?**

Todavía estamos en camino, imagínate lograr un objetivo es que todo los chicos este informados, prevenidos y que hayan cambiado a una actitud positiva, y bueno mucho depende también del entorno familiar, de los amigos.

Además para lograr un objetivo deben intervenir varios sectores no solo el de salud.

**¿Cree que la acción comunicativa que realizan es eficaz?**

Hemos hecho una pequeña intervención y lo que ellos dicen es que no quieren charlas, por lo que este año hemos hecho sección educativa y después hemos jugado.



- **GRUPO FOCAL DE 7 ADOLESCENTES DE 14-15 AÑOS**

**¿Ustedes han recibido algún tipo de acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz?**

Si, en el salón los profesores nos han hablado del tema y los del centro salud de Santa Luzmila también han venido al colegio a informarnos acerca del embarazo precoz, es la única institución que ha venido.

Además, en el salón los profesores siempre nos exigen exposiciones del embarazo precoz, y cada persona opina del tema e intercambiamos ideas.

Nunca ha venido la parroquia ni la municipalidad solo del centro de salud y por parte del colegio.

**¿Ustedes toman en cuenta la información que se brinda en la acción comunicativa?**

Si ya estamos advertidos, primero vamos terminar nuestras carreras ya que tenemos pensado.

**¿Para ustedes como sería una acción comunicativa eficaz?**

A nosotros nos gustaría que cada indicación que nos brinden sea con imágenes, modelos y diapositivas, todo material didáctico que puedan utilizar para entender mejor, porque si solos nos hablan nos aburren y no entendemos.

**¿El lenguaje que se utilizan las instituciones de Santa Luzmila en la acción comunicativa es comprensible?**

Sí, porque nos hablan en un lenguaje sencillo fácil de comprender, sin embargo, algunas personas hablan de algunas partes del cuerpo que uno no conoce, pero los especialistas explican todo. Sería bueno que haya más campañas para entender mejor todo sobre el embarazo precoz, bueno nuestros padres también nos orientan.

**¿Los mensajes que se emiten en la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila son atractivos?**

Sí, porque mientras más nos expliquen más nos beneficiamos nosotros, siempre nos están dando mensajes de prevención y eso lo tenemos en cuenta.

**¿Cuál es la acción comunicativa que más recuerdan?**

Bueno, lo último que hemos hecho es una exposición en el colegio, donde cada grupo ha hecho sus papelotes y mostramos imágenes que las explicamos.

El municipio escolar ha ido a otros colegios para hablar de la violencia familiar, el embarazo precoz y temas relacionados.

También tenemos conocimiento que el centro cívico ha estado haciendo charlas y hacían dinámicas para explicar el tema, y nos gustó porque te enseñaban a cómo cuidar tu cuerpo, así como también, que cada uno se valore.

El centro de salud también ha hecho este tipo de campañas, donde mostraban videos e imágenes explicándonos todo sobre la prevención del embarazo precoz.

**¿De manera creen que la acción comunicativa realizada por las instituciones logra los objetivos planteados?**

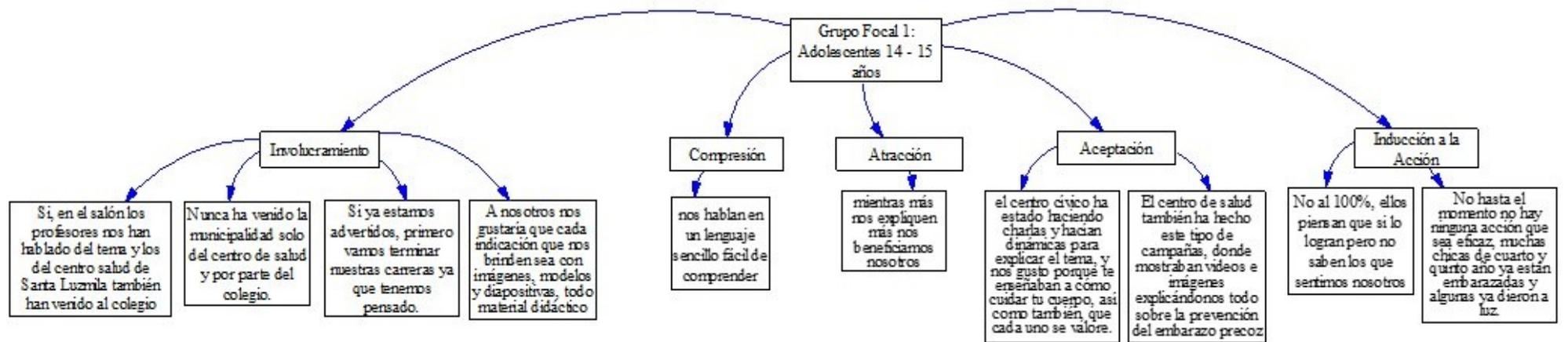
No al 100%, ellos piensan que, si lo logran, pero no saben los que sentimos nosotros. Ellos nos pueden aconsejar, pero muchas veces nosotros nos hacemos los que ellos dicen y ahí comienzan los problemas

**¿Cree que la acción comunicativa que realizan las instituciones es eficaz?**

No hasta el momento no hay ninguna acción que sea eficaz, muchas chicas de cuarto y quinto año ya están embarazadas y algunas ya dieron a luz.

Creemos que no solo se debe dar información, sino que también se debería dar preservativos como manera de prevención así seamos menores de edad porque ahora somos los que estamos más expuesto a iniciar una vida sexual.

Aparte no creemos que sea eficaz porque este año se han visto a más chicas embarazadas en el colegio.



- **GRUPO FOCAL DE 7 ADOLESCENTES DE 16-17 AÑOS**

**¿Ustedes han recibido algún tipo de acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz?**

Si recibimos información de parte de organizaciones privadas, el colegio, el centro de salud y el centro cívico, más no de la parroquia, tampoco nos han invitado a campañas o charlas

**¿Ustedes toman en cuenta la información que se brinda en la acción comunicativa?**

Sí, siempre es bueno tomar en cuenta los consejos o información que vienen de parte de especialistas que saben que todavía no deberíamos iniciar esa etapa.

**¿Para ustedes como sería una acción comunicativa eficaz?**

Más volantes y afiches, y preservativos. Además, creemos que las charlas deberían ser para todo secundaria porque solo lo hacen para tercero cuarto y quinto y no debería ser así. Ahora desde muy pequeños ya inician la vida sexual, por eso deberían reunirnos un sábado a todo secundaria y hablarnos del tema.

**¿El lenguaje que se utilizan las instituciones de Santa Luzmila en la acción comunicativa es comprensible?**

Sí, bueno algunas veces creemos que sí, tratan de explicarnos con palabras fáciles de entender sobre todo nos muestran bastantes gráficos, dispositivas, volantes, afiches.

**¿Creen que los mensajes que se transmiten a través de la acción comunicativa son totalmente entendibles?**

Sin respuesta.

**¿Los mensajes que se emiten en la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila son atractivos?**

En si no recordamos el mensaje exactamente que nos dieron, pero tratan de decirnos que, porque nos apresuramos en vivir una vida sexual activa, lo importante ahora es uno mismo, es estudiar.

**¿Ustedes se sienten satisfechos con la información que brinda cada institución?**

Más o menos, porque nos gustaría que las acciones comunicativas sean para todos.

**¿Cuál es la acción comunicativa que más recuerdan?**

Unas charlas que nos dio el centro de salud con material totalmente fácil de entender.

**¿Ustedes cuantas veces han asistido a una acción comunicativa realizada por las instituciones?**

Dos veces ha venido el centro de salud a brindarnos charlas.

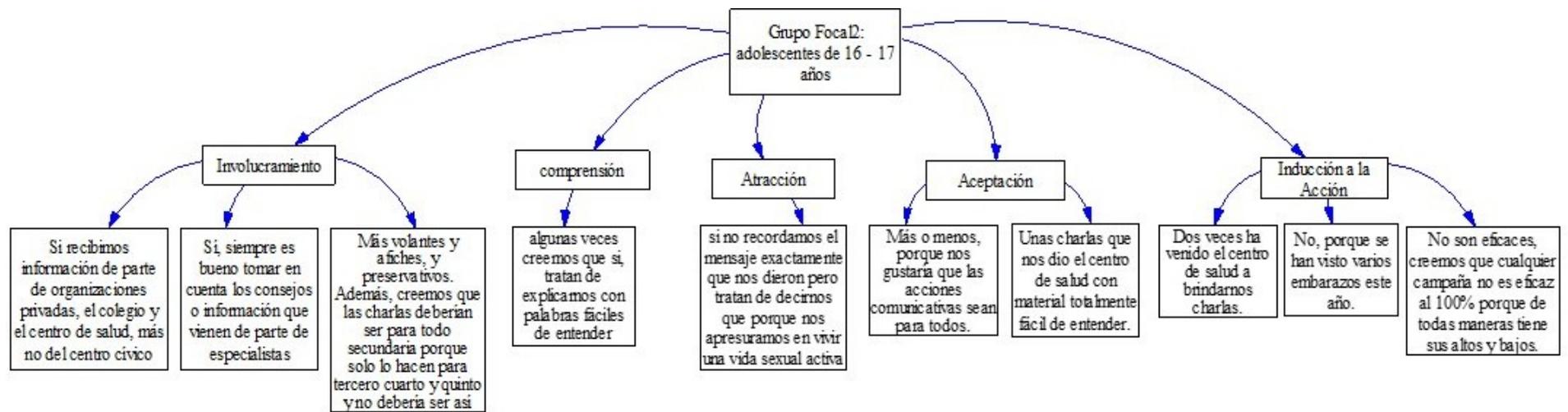
**¿De creen que la acción comunicativa realizada por las logran los objetivos planteados?**

No, porque se han visto varios embarazos este año en los colegios, chicas desde segundo, tercero, cuarto y quinto.

**¿Cree que la acción comunicativa que realizan las instituciones es eficaz?**

No hasta el momento no hay ninguna acción que sea eficaz, muchas chicas de cuarto y quinto año ya están embarazadas y algunas ya dieron a luz.

No son eficaces, creemos que cualquier campaña no es eficaz al 100% porque de todas maneras tiene sus altos y bajos.



- **GRUPO FOCAL DE 7 ADOLESCENTES DE 16- 18 AÑOS**

**¿En la pieza gráfica se muestra imágenes de adolescentes?**

En todos los afiches se muestran a adolescentes entablando una conversación.

**¿La imagen que presenta la pieza gráfica demuestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales?**

En la mayoría de los afiches presentados, las imágenes no se dirigen hacia el mensaje, cual es la prevención de embarazo precoz. En sí, ninguno de los afiches muestra cuidado en la salud, si es que primero no se lee el mensaje.

**¿Ustedes creen que el lenguaje que desarrolla el slogan del afiche es sencillo?**

Sí, son palabras fáciles de entender y aparte es un mensaje corto.

**¿Ustedes creen que el significado del mensaje contribuye a la prevención del embarazo precoz?**

El mensaje se entiende en los afiches, pero no en todos se habla directamente de la prevención del embarazo precoz.

**¿Ustedes creen que la imagen de la pieza gráfica se complementa con el slogan para lograr el entendimiento de los adolescentes?**

Si se lee el mensaje se puede entender la imagen, porque si se ve solo la imagen no dice nada del embarazo precoz.

**¿El escenario que muestra la pieza grafica se relaciona con el contexto de los adolescentes?**

Si se relaciona con los adolescentes porque son imágenes comunes pero no demuestra mucho la prevención del embarazo precoz.

**¿La escena plasmada en la pieza gráfica es común en los adolescentes?**

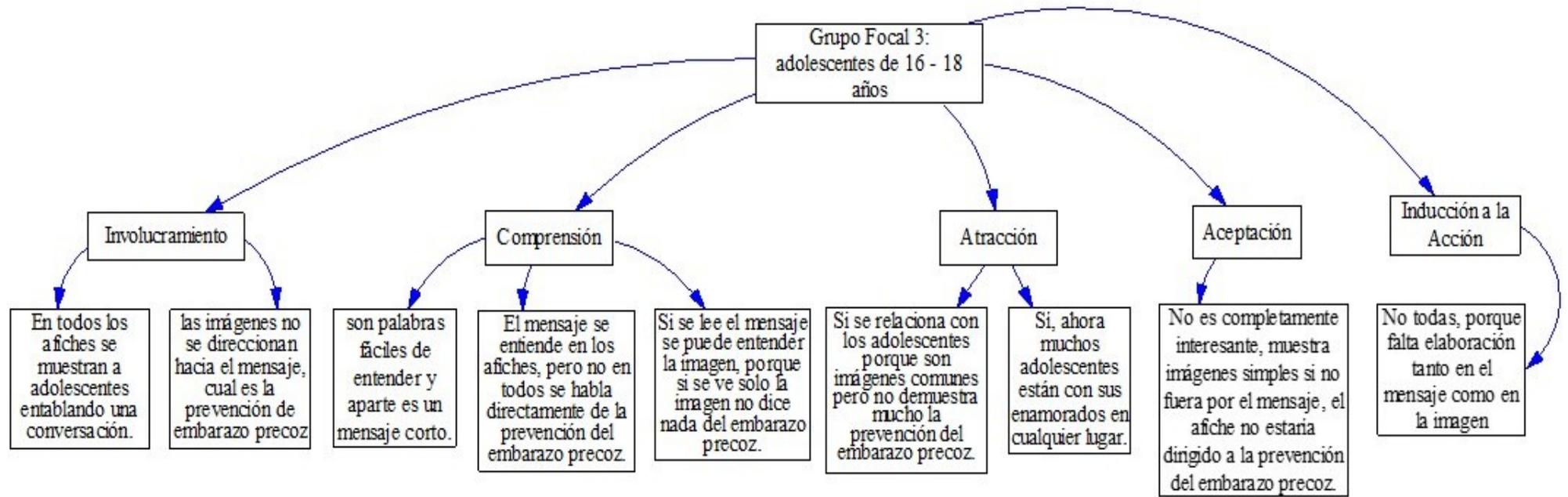
Sí, ahora muchos adolescentes están con sus enamorados en cualquier lugar.

**¿Ustedes creen que la pieza gráfica contiene elementos de interés para los adolescentes?**

No es completamente interesante, muestra imágenes simples si no fuera por el mensaje, el afiche no estaría dirigido a la prevención del embarazo precoz.

**¿El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz?**

No todas, porque falta elaboración tanto en el mensaje como en la imagen que no conduce hacia la prevención del embarazo en adolescentes.



ENTREVISTADOS	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	GRUPO FOCAL 1	GRUPO FOCAL 2	GRUPO FOCAL 3
INDICADORES						
INVOLUCRAMIENTO	Se elige los centros educativos de acuerdo al índice de adolescentes en gestantes adolescentes, por lo que existe un plan para prevenir el embarazo precoz y se realiza en conjunto con otras instituciones al iniciar cada año.	Brinda charlas de sexualidad y temas de embarazo precoz para evitar en los colegios con autorización del Centro Cívico, con el fin de evitar situaciones de riesgo que perjudiquen al adolescente	Se realiza un programa que se centra en la estrategia al adolescente, pues se van los colegios y se realiza la acción comunicativa. Durante la aplicación de acción comunicativa es un poco difícil controlar a los alumnos pero se ha creado una modalidad para que el mensaje llegue a través de los propios adolescentes que lideran ciertos grupos.	En los colegios siempre están brindando charlas o exposiciones sobre embarazo precoz, asimismo, el centro de salud también acude a informar.  Les gustaría que la acción comunicativa sea cada vez mejor.	Reciben información por parte de instituciones privadas, el colegio y el centro de salud.  Cuando estas entidades les brindan acción comunicativa lo hacen a través de material didáctico para que sea más fácil de comprender, sin embargo creen que la acción comunicativa debe ser para todo secundaria y no sólo para los últimos años.	En todos los fiches se muestra a adolescentes entablando comunicación, sin embargo, en algunos de las piezas gráficas el mensaje no va direccionado a la prevención del embarazo precoz.

<p>COMPRENSIÓN</p>	<p>La información es comprendida porque se entrega material de acuerdo a cada institución. Asimismo, sería bueno que el tema de embarazo precoz se difunda por los medios de comunicación locales.</p>	<p>El lenguaje que se utiliza es claro y sencillo, de igual manera, para el material didáctico, que no son trípticos porque generan aburrimiento para los adolescentes.</p>	<p>Se hace lo posible para que el mensaje se entienda, pero falta trabajar en esa área. Cabe mencionar, que siempre se debe dar un estímulo como regalos o algún presente que los incentive.</p>	<p>Las charlas son fáciles de entender.</p>	<p>En varias oportunidades se entiende la acción comunicativa porque hablan con palabras fáciles</p>	<p>El lenguaje que muestra los mensajes de las piezas gráficas es fácil de comprender, pero no en todos habla de la prevención de embarazo precoz. Además, cabe señalar que para entender la imagen de la pieza gráfica se debe leer inmediatamente el mensaje porque se complementan para el entendimiento del público.</p>
--------------------	--	---	--	---	--	--

ATRACCIÓN	El mensaje llama la atención porque se utiliza un lenguaje sencillo con contenidos reales.	Cada acción comunicativa es de interés porque no muchos conocen la diversidad de temas que existen	A los adolescentes les encanta recibir charlas sobre el tema de embarazo precoz.	Mientras más les explican el tema de embarazo precoz, más se benefician	No recuerdan claramente el mensaje exacto de cada acción comunicativa, pero tratan de informarlos sobre la prevención del embarazo precoz	El escenario de las imágenes se relaciona con los adolescentes al igual que las escenas de los adolescentes en las piezas gráficas, ya que son simple con colores llamativos
-----------	--	--	--	---	---	--

ACEPTACIÓN	Los adolescentes se sienten satisfechos con cada acción comunicativa que realiza el Centro Cívico Municipal de Comas.	Los adolescentes siempre están prestando atención y aprendiendo cosas nuevas.	Los adolescentes siempre están pidiendo que se brinden más acciones comunicativas.	El centro cívico ha realizado charlas y actos dinámicos para saberllegar a los adolescentes, de igual a manera el centro de salud que han promovido campañas donde muestran videos e imágenes que ayudan a esclarecer el tema.	Son interesantes cada acción que realizan las instituciones, pero la información debería expandirse para todos los salones de secundaria.	Los elementos que contienen las piezas gráficas no son Completamente interesantes, porque muestra imágenes simples y si no fuera por el mensaje, el afiche no estaría dirigido a la prevención del embarazo precoz.
------------	---	---	--	--	---	---

<p>INDUCCIÓN A LA ACCIÓN</p>	<p>Durante todo el año se están realizando acción sobre embarazo precoz, claro que no se logran los objetivos al 100% pero se obtiene una respuesta.</p>	<p>Los objetivos de cada acción comunicativa no se cumplen al 100% pero si se obtiene un 30% de respuesta positiva por parte de los adolescentes.</p>	<p>Para lograr un objetivo es que todos los chicos estén informados y prevenidos, pero no está ocurriendo eso.</p>	<p>Las instituciones creen lograr los objetivos, sin embargo, ninguna acción comunicativa es eficaz, ahora muchas chicas de los colegios están embarazadas o a punto de dar a luz.</p>	<p>A pesar que dos veces ha venido el centro de salud, aún existen embarazos en el colegio y eso evidencia que cada acción comunicativa no es eficaz al 100%.</p>	<p>No todas las piezas gráficas motivan a prevenir el embarazo precoz, porque falta elaboración tanto en el mensaje como en la imagen.</p>
------------------------------	--	---	--	--	---	--

### **3.7 ANÁLISIS DE DATOS**

Tras realizar la entrevista a profundidad a los representantes de las instituciones de Santa Luzmila, se evidenció que el indicador involucramiento e inducción a la acción fueron los más sobresalientes, debido a que los entrevistados respondieron sobre el tipo de acción comunicativa que realizan en cuanto al tema de prevención del embarazo precoz, así como también hicieron mención sobre el logro de los objetivos de cada acción.

Asimismo, dentro de los tres grupos focales, el tercero sirvió para analizar el contenido de las piezas gráficas que utilizan las instituciones al acudir a los centros educativos con la finalidad de prevenir el embarazo precoz.

A continuación, se detallará la respuesta de cada entrevistado tanto especialistas como participantes de los grupos focales:

#### **3.7.1. INVOLUCRAMIENTO**

La psicóloga del Centro Cívico Municipal de Comas afirmó que brinda charlas en los colegios con autorización de la misma institución, donde habla temas como: el significado de género, enfermedades de transmisión sexual y prevención de embarazo precoz, además, agregó que los adolescentes se interesan por la acción comunicativa que brinda ya que ni los padres ni los profesores los informan. (Entrevistada Luz Vicuña, psicóloga del centro cívico de Comas).

De la misma manera, la trabajadora social de Centro Cívico Municipal aseguró que en su área tiene un plan de acción en favor del niño adolescente dentro de la oficina de la DEMUNA conocida como: COMUDENA.

Asimismo, comentó que a los colegios donde aporta comunicacionalmente, el mensaje es entendido por los adolescentes, pues todos se identifican con la información porque es un material didáctico y llamativo. (Entrevistada Edith Pizarro, trabajadora social).

En un punto convergente, la obstetra del centro de salud realiza un programa que se centra en la estrategia para el adolescente, por lo que visita los colegios y realiza acción comunicativa. Por lo que señala, que a pesar que es difícil controlar a los

Alumnos, se ha creado una modalidad de capturar la atención de éstos, pues se selecciona a líderes de cada grupo para que emitan el mensaje de acuerdo a su estilo y manera de comunicarse con los compañeros, esta medida con la finalidad de que la información sea mejor procesada. (Entrevistada Carmen Spadín, obstetra del centro de salud)

En cuanto a las respuestas del primer grupo focal sobre involucramiento, señalaron que en sus aulas siempre están recibiendo charlas o exposiciones sobre embarazo precoz. Asimismo, también indicaron que por parte del centro de salud reciben información sobre el tema, pues siempre está visitando el colegio para orientar a los alumnos.

En cuanto al segundo grupo focal, acotó que instituciones privadas, el colegio, el centro de salud y el Centro Cívico Municipal constantemente también están orientándolos.

Para profundizar la investigación se hizo un tercer grupo focal en el que adolescentes dieron su punto de vista sobre las cinco piezas gráficas que utilizaron el centro de salud y el Centro Cívico Municipal cuando asistían a los colegios a brindar acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz.

Por ello, se mencionará específicamente las apreciaciones tanto de los adolescentes como de la investigadora sobre los principales elementos de cada pieza gráfica.

Los adolescentes señalaron que en la primera pieza gráfica la imagen representa una pareja de adolescentes donde demuestran responsabilidad ante una situación, sin embargo, no lo pueden relacionar con el embarazo precoz.

Comentario que es contradicho por la investigadora, quien señala que la pareja de adolescentes refleja indiferencia ante una situación difícil.

En la segunda pieza gráfica los estudiantes se encuentran unidos formando un solo grupo, por ende, un solo interés. Sin embargo, en esta pieza gráfica tampoco se relaciona con la prevención del embarazo precoz.

Según la tesista, la imagen muestra la unión de adolescentes que pertenecen a un mismo grupo socioeconómico y que anhelan el desarrollo de un país, más no precisamente reflejan la prevención del embarazo precoz.

En la tercera pieza gráfica la imagen muestra a adolescentes reunidos disfrutando de un concierto, que es una de las cosas que más realizan los adolescentes durante dicha etapa. En el afiche también sobresale una pareja de jóvenes tratando de anunciar algo.

De esa misma manera, la investigadora percibe que los adolescentes están disfrutando de un concierto que para su edad es natural.

En la cuarta pieza gráfica (anexo 13) se muestra imagen más simple a diferencia de las demás, pues una pareja de enamorados interpreta que están llegando a un acuerdo, este acuerdo podría referirse a la extensión del tiempo para iniciar una vida sexual activa.

De igual manera, la investigadora añade que la pareja de enamorados refleja que están llegando a un acuerdo determinado.

Y en la quinta y última pieza gráfica la imagen también es simple, pero con un recurso muy importante como es el facebook, medio por el cual los adolescentes se comunican.

Para la suscrita, es una imagen muy bien elaborada porque utiliza una herramienta de comunicación importante para los adolescentes.

### **3.7.2. COMPRENSIÓN**

La psicóloga del Centro Cívico Municipal de Comas, indicó que durante las charlas se expresa de manera clara y sencilla, debido a que prefiere no entablar una conversación técnica con los adolescentes porque comienzan a especular.

Asimismo, los recursos que utiliza son las diapositivas en power point y láminas, más no los trípticos porque son de poca importancia para el adolescente.

(Entrevistada Luz Vicuña, psicóloga del centro cívico de Comas).

Parecida es la respuesta de la trabajadora social de Centro Cívico Municipal, al señalar que la información es totalmente comprendida por lo adolescentes ya que toda institución reparte el material didáctico de acuerdo a su estilo y criterio de informar. Por otro lado, la entrevistada prefiere que el tema sea difundido por los medios de comunicación locales, en este caso de Comas, pues afirmó que tendría mayor acogida por el público objetivo. (Entrevistada Edith Pizarro, trabajadora social).

Por su parte, la obstetra del centro de salud hace lo posible para que el mensaje se entienda, pero afirma que aún le falta mucho por trabajar en el área de la adolescencia. Cabe mencionar, que al brindar alguna acción comunicativa debe existir un regalo o presente para motivar al adolescente ya que la sociedad está acostumbrada a escuchar al otro a cambio de algo. (Entrevistada Carmen Spadín, obstetra del centro de salud).

El primer grupo focal cree que el mensaje de cada acción comunicativa que brindan las instituciones mencionadas en el primer indicador, son fáciles de entender, pues no utilizan un lenguaje sofisticado sino coloquial y a su nivel de entendimiento, respuesta que coincide con el segundo grupo focal que dijeron los mismo.

El tercer grupo focal orientado hacia el análisis de los elementos de las piezas gráficas, los adolescentes señalan que el mensaje es completamente fácil de entender en todos los afiches.

A pesar, que en el primer afiche los adolescentes indicaron que el mensaje es fácil de reconocer porque hace mención a la maternidad responsable pero la imagen no se complementa con el texto.

Esta respuesta es apoyada por la investigadora, quien señala que el mensaje si va direccionado a la prevención del embarazo precoz pero la imagen no.

En la segunda pieza gráfica los adolescentes hicieron hincapié en el lema o mensaje porque no está dirigido directamente hacia la prevención del embarazo precoz, sino a la salud en general pero aun así igual se identifican con el mensaje.

De esa manera, la tesista añadió un comentario similar al de los adolescentes, señalando que el mensaje va a dirigido a su desarrollo, más no precisamente hacia prevenir un embarazo a esa edad.

Para la tercera pieza gráfica los adolescentes indicaron que el mensaje hace mención al tema de embarazo precoz, por ello se hace más rápida su comprensión, respuesta que coincide con la de la investigadora.

En la cuarta pieza gráfica los adolescentes señalaron que si se lee el mensaje completo se entiende que el tema central es la prevención del embarazo precoz porque si no, no tendría razón de ser el afiche.

De igual manera, la suscrita añade que el mensaje va directamente dirigido a la prevención del embarazo precoz.

En la quinta pieza gráfica los adolescentes al iniciar la lectura del afiche dudaron en que esté enfocado hacia el embarazo precoz, pero luego que leyeron todo el mensaje completo entendieron hacia donde estaba dirigido el mensaje.

Asimismo, la tesista está de acuerdo con la opinión de los adolescentes e indica que el mensaje es corto y con palabras fáciles.

### **3.7.3. ATRACCIÓN**

Este indicador demuestra el interés y las relevantes características del mensaje que brinda cada acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila.

La psicóloga del Centro Cívico Municipal, afirma que cada acción comunicativa es de interés porque no muchos adolescentes conocen su cuerpo interiormente, así como tampoco conocen los todos los métodos anticonceptivos con los cuales pueden prevenir un embarazo precoz o alguna enfermedad de transmisión sexual.

(Entrevistada Luz Vicuña, psicóloga del centro cívico de Comas).

De esa misma manera, para la trabajadora social del Centro Cívico Municipal los mensajes que se emiten en cada acción comunicativa llaman la atención porque se utiliza un lenguaje sencillo con temas interesantes que al adolescente le gusta aprender, si bien es cierto hoy en día existe mucha información sobre prevención de embarazo precoz, al menor le apasiona ahondar en el tema. (Entrevistada Edith Pizarro, trabajadora social).

De igual forma, la obstetra del centro de salud encargada del área de desarrollo del adolescente, indicó que siempre que asiste a los colegios a brindar acción comunicativa sobre embarazo precoz y métodos anticonceptivos, obtiene una respuesta positiva, ya que a los adolescentes les encanta recibir información sobre el tema. (Entrevistada Carmen Spadín, obstetra del centro de salud).

Mientras los especialistas dieron su punto de vista sobre la atracción del mensaje, el grupo focal de 7 adolescentes de 14 a 15 años, les gusta el mensaje que se brinda en cada acción comunicativa porque mientras más los orientan mayor cuidado tienen para actuar.

Respuesta diferente a la del grupo focal de 7 adolescentes de 16 a 17 años, quienes señalaron que no recuerdan claramente el mensaje de la acción comunicativa, pero resaltan que el mensaje va direccionado a la prevención de un embarazo no deseado.

Para comprobar la opinión de los dos primeros grupos focales acerca del mensaje que se utiliza en la acción comunicativa que realizan las instituciones, se llevó a cabo un tercer grupo focal, en el cual se analizó las piezas gráficas en las que se plasma el mensaje.

Y en la primera pieza gráfica, el público objetivo entrevistado no encontró ningún recurso que llame la atención y que sobretodo los conlleve a prevenir un embarazo precoz.

De esa manera, la suscrita de la presente investigación señaló que existe una imagen simple, pero con colores cálidos y llamativos lo que puede ser un plus para atraer la atención de los adolescentes.

Según los adolescentes y la investigadora, en la segunda pieza gráfica también se puede ver una imagen simple que carece de elementos que llame la atención o motive a seguir con el consejo que está plasmado.

Mientras que la tercera pieza gráfica fue diferente porque esta si atrajo la atención de los adolescentes entrevistado en el grupo focal, ya que señalaron que la diversión es parte de la adolescencia.

Por su parte, la suscrita, indicó que durante la adolescencia es factible que estos acudan a conciertos, asimismo, añadió que la imagen que protagonizan los integrantes del afiche es común.

En la cuarta pieza gráfica tanto la investigadora como los adolescentes señaló que el parque es un lugar muy acudido por las parejas de enamorados y sobre todo cuando son adolescentes, por lo que caracterizan la imagen como frecuente.

Y en el último y quinto afiche los adolescentes fueron más atraídos por la imagen que por el texto, ya que la imagen presente al facebook como medio de comunicación, lo que es habitual en la actualidad para este tipo de público objetivo.

De la misma manera, la que está llevando a cabo la presente tesis, estuvo de acuerdo con la opinión de los adolescentes.

#### **3.7.4. ACEPTACIÓN**

la psicóloga del Centro Cívico, quien señaló que los adolescentes siempre están prestando atención a toda información que se les brinda, por lo que lo aplican en su vida diaria y se ve reflejado en la disminución de embarazo en un colegio donde se realizó acción comunicativa. (Entrevistada Luz Vicuña, psicóloga del centro cívico de Comas).

Por su parte, la trabajadora social agregó que los adolescentes se sienten satisfechos con cada acción comunicativa que realiza la institución, pues ayuda a fortalecer el conocimiento que tienen sobre los métodos anticonceptivos para prevenir cualquier situación difícil como el embarazo en la adolescencia.

(Entrevistada Edith Pizarro, trabajadora social).

La respuesta de la obstetra coincide con las anteriores al decir que los adolescentes siempre están pidiendo que se brinden más acciones comunicativas, puesto que de esa manera aprenden a valorar su cuerpo y su salud. (Entrevistada Carmen Spadín, obstetra del centro de salud)

Las respuestas del primer grupo focal sobre este indicador arrojaron que el Centro Cívico y el centro de salud realizan charlas, actos dinámicos, muestran video para saber llegar al adolescente, mientras que el segundo grupo focal profundizó que la acción comunicativa de cada institución debería darse para todos los adolescentes en general y no solo para los que están cursando los tres últimos años de secundaria.

Mientras que el tercer grupo focal se centró en analizar el mensaje, los adolescentes y la investigadora determinaron que las cinco piezas gráficas analizadas en este trabajo de investigación no son totalmente aceptadas, porque en la mayoría, la imagen no representa lo que menciona el texto, es más, los adolescentes señalaron que las imágenes deberían ser mejor elaboradas y no tan simples y sin coherencia como en muchas de ellas.

### **3.7.5. INDUCCIÓN A LA ACCIÓN**

La psicóloga del Centro Cívico cree que los objetivos no se cumplen al 100% pero si se obtiene un 30% de adolescentes interesados en aprender sobre el tema de prevención acerca del embarazo precoz, la institución se siente satisfecha debido a que es muy arduo el trabajo cuando es un grupo grande de adolescentes difícil de controlar. (Entrevistada Luz Vicuña, psicóloga del centro cívico de Comas).

Asimismo, durante todo el año la trabajadora social está realizando acción comunicativa, que no cumplen tampoco el 100% de los objetivos, sin embargo, obtienen una aprobación e interés en los alumnos de los colegios donde llevan la información. (Entrevistada Edith Pizarro, trabajadora social).

Otra es la opinión de la obstetra del centro de salud, quien indicó que para cumplir un objetivo, todos los chicos deben estar completamente informados y prevenidos, pero por limitaciones de las autoridades de los colegios no pueden llevar la información muy seguida. (Entrevistada Carmen Spadín, obstetra del centro de salud).

Uno de los puntos más importantes de la presente investigación es si acá acción comunicativa cumple con los objetivos, por lo que fue necesario indagar entre los adolescentes del primer grupo focal, quien indicaron que las instituciones creen lograr con los objetivos, sin embargo, ninguna acción comunicativa es eficaz, y eso se comprueba, al ver a las muchas jovencitas de los colegios embarazadas.

Por su parte, el segundo grupo focal también resalto el número de chicas embarazadas en lo que va del año, lo que evidencia que cada acción comunicativa no es eficaz al 100%.

En cuanto al tercer grupo focal, este indicador fue clave para saber si la acción comunicativa que realizan las instituciones concientiza al público objetivo a prevenir el embarazo precoz. Por ello, tras presentar el primer afiche, los adolescentes y la investigadora señalaron que el afiche no motiva completamente al público objetivo a prevenir un embarazo precoz, pues indicaron que, si el mensaje no estaría presente en la pieza gráfica, la imagen no los conduce hacia ningún acto.

En el segundo afiche tanto los adolescentes entrevistados como la investigadora señalaron que ni el mensaje ni la imagen los conlleva hacia el objetivo previsto por la institución que realiza la acción comunicativa.

Y en la tercera, cuarta y quinta pieza gráfica (anexo 12) los adolescentes señalaron que inducidos por el mensaje que muestra cada afiche, más no por la imagen porque carece de herramientas o elementos que ayuden a cumplir con el objetivo.

## **CAPÍTULO IV: CONSIDERACIONES FINALES**

## **4. CONSIDERACIONES FINALES**

### **4.1. RESULTADOS**

#### **4.1.1. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS**

- **INVOLUCRAMIENTO**

En cuanto a la realización de la acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz por parte de las instituciones Locales de Santa Luzmila, el Centro de Salud y el Centro Cívico Municipal de Comas, acuden a los colegios para orientar e informar sobre la prevención del embarazo precoz, esto lo hacen a través de material didáctico o también con actividades dinámicas.

El centro de salud tiene exclusivamente un área donde desarrollan temas para adolescentes con especialistas que ayuden a aclarar las dudas de todos los que asisten, además, los encargados del área también visitan los colegios donde de manera dinámica aplican la estrategia creada para el adolescente que consiste en evitar los embarazos precoces o no deseados.

A pesar de lo difícil que es lidiar con cada aula, los especialistas han decidido delegar a un líder de cada salón para que lleven los mensajes a sus compañeros en su mismo idioma y estilo de comportamiento con la finalidad que el mensaje sea comprendido.

En el Centro Cívico Municipal a inicio del año se crea un plan de acción en favor del niño adolescente, en conjunto con otras instituciones. De esa manera, el área de psicología de mencionada institución participa individualmente llevando información a los colegios de la zona, con autorización de la institución.

Las diferentes maneras de participación de cada institución son potencialmente comunicativas, puesto a que estructuran planes para orientar al adolescente, y a pesar, que se les restringe en varias oportunidades el permiso para operar en un determinado lugar, el adolescente se mantiene informado.

En cuanto al contenido de las piezas gráficas que las instituciones utilizan en cada acción comunicativa, se puede decir que, los adolescentes creen que los afiches no están completamente bien elaborados, a pesar, que en las imágenes se muestran grupos de adolescentes reunidos o parejas tratando de emitir un mensaje de prevención.

- **COMPRENSIÓN**

Las características del mensaje de cada acción comunicativa son sumamente fáciles de comprender y recordar, por lo que es una herramienta útil para prevenir el embarazo precoz.

El lenguaje es la pieza clave para el entendimiento entre una comunicación, ya sea de dos personas o en un determinado grupo, frente a una situación con pretensiones de validez que puedan ser reconocidas puestas en acción, según la teoría expuesta en la presente investigación.

Cada institución tiene la manera de llegar al público objetivo. El centro de salud hace lo posible para que el mensaje pueda ser comprendido por los adolescentes, a pesar, que les falta mucho camino por recorrer en el aspecto de la adolescencia, los especialistas brindan los mensajes más dinámicos y sencillos posibles.

Cabe mencionar, que todo buen mensaje brindado debe ir acompañado de un incentivo que capte la atención del público de una manera más fácil y ágil.

Por otro lado, pese a que, en el Centro Cívico Municipal, la acción comunicativa sea desarrollada por dos áreas autorizadas, la información que se manifiesta es comprendida en más del 50%, ya que utilizan materiales como diapositivas de power point, láminas con atractivas imágenes y todo tipo de material didáctico de acuerdo al tema que sea conveniente.

Si bien cierto que la información que brindan las instituciones es comprendida como lo determinan los especialistas por la facilidad del lenguaje, en el tercer grupo focal, los adolescentes también estuvieron de acuerdo con el comentario en cuanto a la sencillez del texto, pero lo complicado fue al hablar de la imagen, que en la mayoría

de los afiches no concuerda con el texto, lo que dificulta al adolescente a entender este mensaje en su totalidad.

Este mensaje puede ser recordado hasta un tiempo determinado por el adolescente, pero sino continúa siendo apoyado, éste caducará muy brevemente, lo que significaría el aumento de embarazo en la adolescencia.

- **ATRACCIÓN**

Toda acción comunicativa es de gran interés para los adolescentes, y más aún cuando esta contiene información nueva y relevante que causa críticas constructivas entre quienes la reciben.

Muchos adolescentes no se conocen interiormente lo que dificulta que puedan prevenir un embarazo precoz o alguna enfermedad de transmisión sexual; de manera que mientras más información le proporcione al adolescente, mayor son sus ganas de ahondar en el tema.

Cada institución de Santa Luzmila tiene su estilo de demostrar interés y protección hacia el adolescente, lo que causa en ellos, apego y preocupación por asistir a toda acción comunicativa.

Las instituciones tienen diferentes cualidades para abordar el tema acerca del embarazo precoz y persuadir al adolescente, de manera que este se ve atraído e interesado por seguir investigando, porque si bien es cierto, es en esta etapa de la vida es cuando se comienza a experimentar sobre diferentes sensaciones con el cuerpo humano; y es ahí cuando los niños – adolescentes necesitan ser orientados.

Los jóvenes se sienten atraídos por cada acción comunicativa en la que participan, ya que manifiestan que es bueno conocer cuáles son los pros y contra de iniciar una vida sexual activa, y pese a que no recuerden exactamente el mensaje directo de cada acción, son conscientes que va direccionado al cuidado y prevención de un embarazo precoz.

Los adolescentes como se mencionó en el párrafo anterior, se ven atraídos por la acción comunicativa que realiza cada institución, pero el material que se muestra, no cumple con los gustos de los adolescentes, pues carecen de elementos o recursos que llamen la atención del adolescente.

- **ACEPTACIÓN**

De las instituciones analizadas no todas cumplen con la mayoría de los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realizan, sin embargo, la primera, cual es el centro de salud cree que los adolescentes responden de manera positiva ante cada acción comunicativa y eso se comprueba porque constantemente están pidiendo que se haga algunas charlas, campaña o actividades donde se informen.

Asimismo, los adolescentes se sienten satisfechos, pues toda información que se brinda, ya sea a través del lenguaje verbal o no verbal les ayuda a fortalecer el conocimiento que tienen acerca de la prevención de embarazo precoz.

La segunda institución, es el Centro Cívico Municipal, el cual realiza eventualmente acción comunicativa, y según los entrevistados se ve reflejado en la disminución de embarazos en un colegio en el que abordó. Sin embargo, otro es el comentario de los jóvenes al señalar que el embarazo aumentó este año.

Otro importante punto que rescatar es que los adolescentes creen que sería buena que toda acción comunicativa planificada por una institución, también sea llevada desde primer año de secundaria, debido a que ellos recién están despertando el deseo conocer nuevas sensaciones que ya no son parte de la niñez.

En cuanto al análisis de las piezas gráficas que utilizan las instituciones, no son completamente aceptadas por los adolescentes porque en la mayoría de los afiches la imagen no se complementa con el texto lo que ocasiona un desajuste en el entendimiento del público objetivo.

- **INDUCCIÓN A LA ACCIÓN**

A pesar, de las dificultades que en muchas ocasiones tienen las instituciones para llevar a cabo la acción comunicativa hacia los adolescentes, El centro de salud y el Centro Cívico Municipal siempre están tratando de orientar e informar al público objetivo.

Por otro lado, son los adolescentes quienes creen que las instituciones no cumplen al 100% los objetivos y eso se comprueba al ver a muchas alumnas de los colegios embarazadas.

Otra es la perspectiva de las representantes del Centro Cívico Municipal, quienes piensan que con un 30% de adolescentes persuadidos se evitará este fenómeno en la sociedad, puesto a que es casi imposible manejar grandes grupos de adolescentes.

Según los entrevistados del centro de salud, para lograr un objetivo todos los adolescentes deben estar completamente informados y prevenidos, pero por falta de ayuda de las autoridades necesarias, no pueden realizar acción comunicativa muy seguida.

Cabe mencionar, que las piezas gráficas que utilizan las instituciones no motivan al 100% a los adolescentes para prevenir el embarazo precoz, por lo confusas que son las imágenes y la falta de elementos que representen mejor el tema que se desea transmitir.

#### **4.1.2. TEORIZACIÓN DE UNIDADES TEMÁTICAS**

En el presente trabajo de investigación se ha utilizado una sola variable cual es: la eficacia de la acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz, por lo que se necesitó indagar en el tema a través de entrevistas a profundidad, grupos focales, evidencias de los planes de trabajo de cada institución y fichas de observación de cinco piezas gráficas que utilizaron las instituciones, por lo que arrojó como resultado que no todos los organismos cumplen con la eficacia de la

Acción comunicativa que realizan para abordar el tema. Cabe mencionar, que esta acción comunicativa puede ser charlas, campañas o actividades dinámicas.

El centro de salud y el Centro Cívico Municipal, son las únicas instituciones que se preocupan por el bienestar del adolescente, cada cierto tiempo realiza acción comunicativa, la cual está estructurada de manera dinámica y entretenida para la atracción y aceptación de los adolescentes.

Cada acción que realizan las instituciones es potencialmente comunicativa según el autor Habermas, en ella, se utiliza como mejor instrumento el lenguaje, que tiene como misión lograr el entendimiento entre el actor y la comunidad para que puedan entenderse entre sí para coordinar sus actos en la sociedad de acuerdo a un determinado punto.

El objetivo de la acción comunicativa es informar, orientar y guiar al adolescente, por ello las instituciones las crean de acuerdo a los elementos de la eficacia con la finalidad de reducir el embarazo.

Los planes de trabajo del centro de salud y del Centro Cívico Municipal demuestran que en los colegios de la zona es más fácil realizar acción comunicativa porque se concentra gran parte de adolescentes de Santa Luzmila, que interactúan unos con otros, creando un proceso de comunicación interpersonal.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Luego de haber transcrito las entrevistas y los grupos focales para analizarlas una por una, se realizó el mapeamiento necesaria que tuvo como finalidad obtener con precisión las respuestas de cada indicador y conocer como se está abordando el tema de análisis de la presente investigación; por ello se infiere lo siguiente:

Los representantes de las instituciones quienes fueron entrevistados, respondieron acerca de la acción comunicativa que realizan tomando en cuenta parámetros de su creación, y a pesar, que no cumplen con los cinco elementos de la eficacia, cuales son: involucramiento, comprensión, atracción, aceptación e inducción a la acción; tratan de lograr los objetivos propuestos.

Asimismo, el mensaje no siempre queda en la mente del público objetivo porque no está construido adecuadamente, como se pudo comprobar con el tercer grupo focal que analizó los elementos de cinco piezas gráficas que utilizan las instituciones cuando asisten a los centros educativos a realizar acción comunicativa.

Si bien es cierto que no todas las instituciones cumplen con los elementos de la eficacia de la acción comunicativa, las que si lo hacen esperan disminuir el embarazo precoz, porque existe algo muy cierto y difícil de entender en la sociedad, y es que, el discurso de placer es casi nulo, por tanto, cada adolescente busca individualmente la satisfacción con su pareja y en el peor de los casos de manera clandestina, pero no hay un dialogo entre la cultura sobre el placer y la urgencia que la sexualidad puede imponer al comportamiento.

Cuando se habla de sexualidad, siempre se enseña sobre las partes anatómicas del cuerpo humano, más no de la parte psicológica que incluye la sensación del placer, por lo que desde allí se inicia la mala elaboración del mensaje.

No obstante, la fundamentación mencionada se comprueba al ver a un alto número de adolescentes embarazadas en los colegios de Santa Luzmila, que a pesar, de haber recibido acción comunicativa por parte de las instituciones analizadas, el mensaje no los persuadió y mucho menos quedo gravado en su materia gris.

El centro de Salud y el Centro Cívico Municipal realizan la acción comunicativa sin analizar profundamente cuál es el contenido del mensaje, puesto que muchas veces los especialistas se dejan llevar por su experiencia laboral obtenida con el transcurso de los años, lo que los conlleva a emprender la parte superficial del embarazo precoz y la manera de cuidarse ante ello, sin tomar en cuenta los conceptos complejos sobre el tema que se desea dar a conocer.

Por ejemplo, una investigación venezolana, denominada: estrategia comunicacional para la prevención del embarazo precoz dirigido al adolescente de ese país, tomó como punto fundamental el contexto social de pobreza, dónde por lo general el derecho a la salud sexual y reproductiva es bajo e inexistente y tienen un nivel educativo inferior.

Este problema se debe en gran parte a la problemática de pobreza y estado – ciudadanos a nivel nacional, porque es un factor influye que directamente en las posibilidades de accesibilidad que tienen las adolescentes a la educación y a la salud reproductiva. Por ello, decidió plantearse problemas y objetivos para demostrarlos en un determinado tiempo.

Asimismo, la estrategia comunicacional planteada fue a enseñar a los adolescentes a utilizar los métodos anticonceptivos de manera adecuada y a cuidar su cuerpo, para todo este proceso de información se necesitó la eficacia de la comunicación para persuadir al público objetivo.

Mencionar este trabajo tiene como finalidad mostrar como toda acción comunicativa debe tener un punto de parte específico, no sólo se trata de generalizar un fenómeno social.

#### **4.3. CONCLUSIONES**

- Partiendo del objetivo de la presente investigación: determinar la acción comunicativa del Centro de Salud Santa Luzmila y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013, se concluyó que las instituciones mencionadas en la parte superior, no cumplen en su totalidad con los elementos de la eficacia de la acción comunicativa.
- Si bien es cierto existen cinco elementos de la eficacia (involucramiento, comprensión, atracción, aceptación e inducción a la acción), los grupos focales han evidenciado que la acción comunicativa solo contiene de dos a tres elementos, lo que significa que todavía las instituciones de Santa Luzmila, no pueden manejar correctamente el aspecto comunicacional en la zona. Asimismo, en el tercer grupo focal que se centró únicamente en analizar las piezas gráficas que se utilizan en cada acción comunicativa, se pudo observar que no están elaboradas

adecuadamente, lo que ocasiona un déficit en la comprensión del receptor acerca del mensaje que se desea transmitir.

Tras conocer las conclusiones generales, es necesario definir los elementos que participan en la acción comunicativa aplicada durante el año 2013.

- **INVOLUCRAMIENTO**

- Cada acción comunicativa del centro de salud y el Centro Cívico Municipal, cumple con el primer indicador, “Involucramiento”, pues las instituciones se comprometen con Santa Luzmila para realizar diferentes actividades, charlas o campañas que tienen como tema principal la prevención del embarazo precoz.

- Este elemento se basa principalmente en la realización de acción comunicativa e identificación con la misma, por lo que fue necesario comprobar que cada acción esté plasmada en un plan de trabajo para que se cumpla adecuadamente.

- A pesar, que las imágenes de los afiches no presentan específicamente el tema del embarazo precoz, las imágenes de parejas y grupos de adolescentes tratan de brindar un mensaje positivo e involucran a las instituciones a continuar elaborando acción comunicativa cada cierto tiempo.

- **COMPRENSIÓN**

- Este indicador contiene opiniones convergentes entre los entrevistados del centro de salud y los adolescentes de los tres grupos focales, al señalar que toda acción comunicativa expuesta en el periodo 2013, ha sido fácil de comprender, porque se ha utilizado un lenguaje sencillo y factible para la comprensión del público objetivo.

Sin embargo, lo complicado ha sido relacionar la imagen con el texto, debido a que ésta, no se encuentra elaborada adecuadamente, pues debieron relacionarlo mejor con el tema.

De esa manera, se puede decir que éste elemento de la eficacia también ha sido reconocido pero en un 50% en la acción comunicativa que han realizado el centro de salud y el Centro Cívico Municipal, ya que el mensaje induce a los adolescentes a prevenir un embarazo durante esa etapa, mientras que la imagen no.

- En cuanto al análisis de la teoría de la acción comunicativa, se añade que toda acción debe entablar una comunicación interpersonal entre los actores para la negociación de soluciones de la situación susceptible de consenso, donde el lenguaje es el principal medio para el entendimiento del mensaje.

Asimismo, el lenguaje también es un medio de comunicación que el actor y la comunidad utilizan para entenderse entre sí, y que con el cual pueden coordinar sus acciones y cumplir la meta que ambas partes persigue.

Esta teoría se relaciona con la presente investigación, ya que las instituciones locales de Santa Luzmila realizan acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz planteándose como objetivo principal, la reducción de embarazos en las adolescentes de la zona, sin embargo, no se han logrado resultado exitosos, debido a que se sigue viendo a adolescentes que a partir del tercer año de secundaria ya están iniciando su vida sexual, sin considerar los temas hablados en la acción comunicativa.

- **ATRACCIÓN**

- A pesar, que la acción comunicativa haya resultado atractiva para el público objetivo, este tercer elemento de la eficacia no ha sido encontrado porque los adolescentes entrevistados en los grupos focales no recuerdan con claridad el contenido del mensaje sino la finalidad por la cual fueron expuestos, lo que dificulta que en el transcurso de la actividad sexual con su pareja no tomen en cuenta ninguna, charla, campaña o actividad de prevención de embarazo precoz.

Además, el material que han presentado ambas instituciones no cumple con los gustos de los adolescentes, pues carecen de elementos o recursos que llamen la atención del adolescente.

- **ACEPTACIÓN**

- Es cierto que los adolescentes siempre están convocando a las instituciones de la zona para que realicen charlas, campañas o actividades informativas, pero también reprochan que cuando se lleva a cabo una acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz, no se incluye a adolescentes de 12 o 13 años quienes están cursando los primeros años de secundaria y quienes deben ser un importante grupo orientado para la prevención de una gestación precoz.

- En cuanto al análisis de las piezas gráficas que utilizan las instituciones, no son completamente aceptadas por los adolescentes porque en la mayoría de los afiches la imagen no se complementa con el texto lo que ocasiona un desajuste en el entendimiento del público objetivo.

- **INDUCCIÓN ALA ACCIÓN**

- Es el elemento más débil de la cinco que tiene la eficacia, debido a que la acción comunicativa que brinda el centro de salud y el Centro Cívico Municipal no cumplen en su totalidad con los objetivos planteados.

Las instituciones analizadas en la investigación buscan la manera comunicacional de llegar al público objetivo con la finalidad de reducir un problema tan latente como es el embarazo precoz en Santa Luzmila, pero hasta el momento ninguna acción comunicativa ha cumplido con los objetivos debido a que los mensajes no están bien estructurados, lo que trae como consecuencia el aumento de embarazo precoz.

- Según lo especifica el plan de trabajo del Centro Cívico Municipal, la acción comunicativa para abordar el tema de embarazo precoz, no está durante todo el año, pese a que las entrevistadas señalaron que sí, lo que conlleva al público objetivo a olvidarse de los mensajes para prevenir una situación.

- El material que utilizan las instituciones no inducen a los adolescentes a prevenir un embarazo, pues la mala construcción de los elementos que contiene un afiche o un volante, no induce con frecuencia al adolescente a prevenir un embarazo precoz.

- En síntesis, el centro de salud y el Centro Cívico Municipal son entes promovedores de la reducción del embarazo precoz, a través de la acción comunicativa que han realizado durante el periodo 2013, sin embargo, cada acción expuesta no está adecuadamente estructurada y mucho menos, compuesta por los todos los elementos de la eficacia.

## **CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES**

## **5.1. RECOMENDACIONES**

• Tras analizar y concluir que la acción comunicativa que realiza el centro de salud y el Centro Cívico Municipal no cumplen con todos los elementos de la eficacia, sería recomendable que las instituciones mencionadas se concienticen y analicen a profundidad los conceptos de embarazo precoz, tanto del cuerpo humano como en el aspecto psicológico, para llevar a cabo un mejor proceso informativo en la zona, donde el público objetivo comprenda con claridad cuál es la finalidad del acto comunicacional y se reduzca el embarazo en adolescentes. Por ello, se detallará algunas recomendaciones acerca de cada indicador analizado.

### **• INVOLUCRAMIENTO**

- El centro de salud y el Centro Cívico Municipal deberían crear un plan de trabajo con otras instituciones fuertes de la localidad a favor del niño adolescente que tenga como finalidad de mejorar cada acción comunicativa que se ha venido realizando durante el periodo 2013.

- Tener mayor capacidad analítica para plasmar las imágenes del material didáctico o piezas gráficas que se utilizaran en cada acción comunicativa.

### **• COMPRENSIÓN**

Organizar debates o concursos con los alumnos de los colegios de la zona, donde se hable de la consecuencia que trae iniciar una vida sexual activa a tan corta edad.

- Las instituciones analizadas deberían tomar en cuenta los cinco elementos de la eficacia para la construcción de cada acción comunicativa con la finalidad de reducir el embarazo precoz en los adolescentes de Santa Luzmila.

- Crear mensajes que se centren únicamente al tema de la prevención del embarazo precoz, por otro lado, la imagen debería tener una mejor elaboración de acuerdo al objetivo que se desea cumplir.

- **ATRACCIÓN**

- Luego de que este elemento de la eficacia no sea haya encontrado dentro de la acción comunicativa que realiza las instituciones de Santa Luzmila durante el periodo 2013, se debería tomar en cuenta que los gustos del público y la temporalidad con la que realizan la acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz.

- Primero se debería analizar al público objetivo para crear la acción comunicativa de acuerdo a su preferencia y nivel de comprensión sobre el tema de la prevención del embarazo precoz con la finalidad de los adolescentes se sientan atraídos y tomen conciencia de sus actos.

- En cuanto al material didáctico o piezas gráficas, se debería tomar en cuenta los colores que se van a utilizar, la fuente, la frescura de la imagen y la facilidad de palabras en el texto.

- **ACEPTACIÓN**

- Lo más recomendable es que las instituciones analizadas incluyan en la realización de la acción comunicativa a los adolescentes de 12 a 13 años, quienes están iniciando una nueva etapa, donde comienzan a experimentar nuevas sensaciones con su cuerpo.

- **INDUCCIÓN A LA ACCIÓN**

- El centro de salud por ser una de las instituciones más fuertes y encargada del bienestar de las personas, debería persuadir más a los adolescentes para que acudan sin ningún pretexto ni reparo a las charlas que brindan los especialistas, así como también deberían organizar eventos grandes donde puedan asistir padres e hijos para afrontar el tema.

- Los especialistas de las instituciones podrían citar a los padres de la comunidad y hacer como una escuela de padres, donde se pueda enseñar la manera de conversar del tema con sus hijos, ya que por vergüenza o temor, no lo hacen.

- El Centro Cívico Municipal de Comas, por trabajar en conjunto con las autoridades del distrito puede hacer que en los medios locales exista un bloque dirigido al adolescente donde el conductor – especialista, pueda interactuar con el oyente a través de una llamada telefónica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Berlo, D. (2004). El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica. (3ª. ed.). Buenos Aires, Argentina. El ateneo.

Buitrón, A. (2005). La identidad, proyectos de vida y maternidad adolescente en el Perú. (9ª. ed.) Lima, Perú: Tradiciones.

Carrillo, F. (2004). Estrategia comunicacional para la prevención del embarazo precoz dirigido al adolescente venezolano. (Trabajo de Grado). Recuperada

Choque Larrauri, R. (2007). Eficacia del Programa Educativo de Habilidades para la Vida en adolescentes de una Institución Educativa del distrito de Huancavelica, 2006. (Tesis para obtener el grado de Magíster en Gerencia de Proyectos y Programas Sociales, Universidad Peruana Cayetano Heredia). (Acceso el 30 de octubre de 2013)

Coupey, S. (2000). Atención Primaria en Pediatría. (2ª. ed.) Nueva Nueva York, Estados Unidos: Oceano.

Diego Fernández Sotelo, J. (2005). La comunicación en las relaciones humanas. (2ª. ed.). México. Trillas.

Fecundidad adolescente en el Perú: determinantes e implicancias socio económicas. (junio 2000). Instituto Nacional de estadística informativa.

Recuperado de:

<http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0016/indice.htm>.

Goliano Vásquez, Abraham. (2002). Estrategias de comunicación y políticas de desarrollo local para jóvenes de San Juan de Lurigancho. (Tesis para obtener el título de licenciado en ciencias de la comunicación, Universidad Mayor de San Marcos). (Acceso el 17 de abril de 2013).

Guías metodológicas para la comunicación educativa, UNICEF.

Habermas Jürgen. (1981). Teoría de la acción comunicativa I, racionalidad de la acción y racionalización social. Madrid, España.

Habermas Jürgen. (2011). Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos. (6ª. ed.). Madrid, España.

Hernández, Patricia. (2008). Métodos Cualitativos para estudiar a los usuarios de la información. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Hernández, Roberto. (2010). Metodología de la Investigación. México: Grupo Infagon

Inca Conolopuza, m. (2010). Estrategias de comunicación en el proceso de ordenamiento y formalización del servicio de taxis en la ciudad de Lima. El caso del servicio de taxi metropolitano – Setame (Tesis presentada para obtener el título de licenciado en comunicación social, universidad Mayor de San Marcos). (Acceso el 17 de abril de 2013).

Miranda, F. (2010). La comunicación estratégica como herramienta para la resolución de conflictos: un estudio de caso. (Tesis optar el grado académico de magíster en comunicaciones).

Recuperada: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1039?show=full/>

Nava, C. (noviembre, 2009). Maternidad en la adolescencia, en Contribuciones a las Ciencias Sociales. Revista Contribución a las Ciencias Sociales. Recuperado de [www.eumed.net/rev/cccss/06/cmnf.htm](http://www.eumed.net/rev/cccss/06/cmnf.htm).

Noruega, o. y Alvarado, R. (2011). Embarazo en adolescentes: una mirada desde el cuidado de la enfermería. Recuperado de: [http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/revista\\_colombiana\\_enfermeria/volumen7/embarazo.pdf](http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/revista_colombiana_enfermeria/volumen7/embarazo.pdf)

Planificación Familiar. (Julio, 2013). Fondo de Población de Naciones Unidas. Recuperado de: <http://www.unfpa.org.co/portal/uploadUNFPA/file/FINAL%20PLANIFICION%20FAMILIAR.pdf>

Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1996). Metodología de la Investigación Cualitativa. Buenos Aires, Argentina: Aljibe.

Sánchez, Francisco. (2008). Métodos de la Investigación Cualitativa. Perú: Safe creative.

Silva, M. (1994). Sexualidad y adolescencia. Santiago, Chile: Universitaria.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

GUÍA DE INDAGACIÓN PARA LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A REPRESENTANTES DE LAS INSTITUCIONES LOCALES DE SANTA LUZMILA.

FECHA:

HORA:

LUGAR:

ENTREVISTADO:

ENTREVISTADOR:

INTRODUCCIÓN:

“Análisis de la acción comunicativa que realizan instituciones locales de Santa Luzmila: el Centro de Salud santa Luzmila, la Parroquia Nuestra Señora de la Luz y el Centro Cívico Municipal en el distrito de Comas, sobre la prevención del embarazo precoz en adolescente”.

Asimismo, las preguntas estarán enfocadas a la acción comunicativa de cada institución, refiriéndose a los talleres de orientación para una vida sexual responsable, a las charlas sobre métodos anticonceptivos y prevención de un embarazo, además, también hace referencia al material didáctico que utilizan las instituciones locales de Santa Luzmila para informar a las adolescentes.

CARACTERÍSTICAS DE LA ENTREVISTA:

La presente entrevista es confidencial y valiosa para el aporte de la presente investigación.

PREGUNTAS:

1. INVOLUCRAMIENTO:

- ¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la Institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo en adolescentes?
- ¿Cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?

- ¿Usted realiza algún aporte n la acción comunicativa?
- ¿La institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?

## 2. COMPRESIÓN:

- ¿El lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?
- ¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa son totalmente entendibles para el público?
- ¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?

## 3. ATRACCIÓN:

- ¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?

## 4. ACEPTACIÓN:

- ¿Cree que el público se siente satisfecho con la información que brinda la Institución a la que pertenece?
- ¿Cuál crees que ha sido mejor la acción comunicativa que ha persuadido a las adolescentes?

5. INDUCCIÓN A LA ACCIÓN:

- ¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector de Santa Luzmila?
- ¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?
- ¿Cómo determinan que mensaje transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?
- ¿Cree que la acción comunicativa que realizan es eficaz?

## GUÍA DE INDAGACIÓN PARA GRUPO FOCAL A ADOLESCENTES:

FECHA:

HORA:

MODERADOR:

### 1. INVOLUCRAMIENTO:

- ¿Usted ha recibido algún tipo de acción comunicativa sobre la prevención del embarazo precoz?
- ¿Usted toma en cuenta la información que se brinda en la acción comunicativa?
- ¿Para Usted como sería una acción comunicativa eficaz?

### 2. COMPRENSIÓN:

- ¿El lenguaje que utilizan las Instituciones de Santa Luzmila en la acción comunicativa es comprensible?
- ¿Cree que los mensajes que se transmiten a través de la acción comunicativa es totalmente entendible?

### 3. ATRACCIÓN:

- ¿Los mensajes emitidos en la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila son atractivos?

4. ACEPTACIÓN:

- ¿Usted se siente satisfecho con la información que brinda cada Institución de Santa Luzmila?
- ¿Cuál es la acción comunicativa que más recuerda?

5. INDUCCIÓN A LA ACCIÓN:

- ¿Usted cuantas veces ha asistido a una acción comunicativa, realizada por las Instituciones Locales?
- ¿Dé manera las Instituciones Locales de Santa Luzmila le informan que realizarán acción comunicativa?
- ¿Cree que la acción comunicativa realizada por la institución logras los objetivos planteados?
- ¿Cree que la acción comunicativa que realizan las Instituciones Locales de Santa Luzmila es eficaz?

## ANEXO 2:

### GUÍA DE INDAGACIÓN PARA LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A LA OBSTETRA DE LA PARROQUIA, FELÍCITA GARCÍA.

1. ¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo precoz en adolescentes?

bueno no hay un grupo específico en el cual nosotros trabajemos, no contamos con programas de gestantes adolescentes, jóvenes o mujeres mayores de 30 años, acá la visión es general son pocas las gestantes que vienen y lo que hacemos es derivarlos a los centros del ministerios de salud, la acción que estamos haciendo este año es convocar a las gestantes conociendo sus problemas, estamos invitando incluso para este viernes 13 de setiembre a un desayuno, este es un evento que va a llamar la atención a la gestantes, estamos ofreciéndoles charlas educativas en el caso de dental, orientación psicología y la estimulación prenatal, bueno acá ya entra sus regalitos, premios, sorteos para incentivarlas sino no vienen.

Acá no hay un programa para adolescentes, pero cuando hay charlas para adolescentes aquí invitan a la psicóloga que les habla de sexualidad, la identificación sobre todo con el grupo de catequesis, en el caso mío como obstetra todavía no hay una invitación.

2. ¿cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?

Si porque lo tratamos de hacer lo más ameno, lo que tenemos que hacer es enfocarnos siempre a su embarazo, mientras tu hables bien de su bebe, ahí van porque piensan que eres buena gente, la persona interesada sobre todo porque se preocupada por su bebe.

La charla que hacemos es dinámica no es aburrida, participamos con música para niños, tenemos la invitación de una profesional en estimulación prenatal, la invitación de un payasito, aparte lo más común en la zonas marginales... y sobre todo ellas se preguntan ¿qué me van a regalar?, por ello hemos tratado de nombrar varios padrinos, llámese los doctores, el odontólogo, la señora de farmacia, pues cada uno de ellos van hacer padrinos de un bebe de cada embarazada, entonces van a recibir un regalito.

3. ¿usted de qué manera aporta en la acción comunicativa?

En el caso mío y para este evento próximo del viernes, como obstetra voy a dar la charla de nutrición, importancia del control de embarazo, y tengo una colega que es especialista en la estimulación prenatal, que también lo manejo, pero no como una especialidad.

4. ¿la institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?

Por ahora no, yo recién tengo un año trabajando en la parroquia, pero sé que el centro tiene más de cinco años, pero mi labor ahora está empezando de esa manera, por lo mismo que es una institución parroquial no permiten hablar mucho de esos temas. Yo hago constantemente campañas, pero sobre la prevención d cáncer, en lo que va del año hemos hecho dos campañas de detección de cáncer de cuello de útero, Papanicolaou, ecografías y colposcopias. En cuanto a gestación es la primera que voy a realizar este 13 de septiembre.

5. ¿usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?

Si lo entienden, si le hablas en su lenguaje sencillo, si lo entienden, yo por ejemplo no voy hablar en lenguaje sofisticado y profesional, como en cuanto a tu gestación o tu abdomen grávido le voy a decir tu pancita, al bebe le diré tu retoño, intercalando siempre con un chiste una broma sobre todo haciéndolas participar a ellas.

6. ¿cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa son totalmente entendibles para el público?

No contesto.

7. ¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?

Por ejemplo, la presencia de un payaso, la presencia de los profesionales, los regalos y una buena gigantografía que llame su atención, como se puede apreciar en la gestante que está en la gigantografía que invita al evento del viernes, tiene una gestante muy agradable, para incentivar a que las invitadas vengan así bonitas, arregladitas, es una forma de decir que la gestación no es una enfermedad, hay que estar bien. También hacer más seguido el curso de estimulación prenatal.

Los medios siempre son visuales, como afiches, pero no contamos con diapositivas ni proyectores porque en realidad carecemos de eso.

8. ¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?

Sí, porque los medios siempre son visuales, como afiches, pero no contamos con diapositivas ni proyectores porque en realidad carecemos de eso.

9. ¿Qué mensajes promueven como los más importantes en la acción comunicativa que realiza la institución?

La anemia, la nutrición para que se puedan alimentar bien ya que todos no tienen la misma capacidad adquisitiva, también la importancia de control de embarazo para no llegar al final del embarazo con un bebe muy gordo o muy flaco y luego tengan fractura de clavícula o problemas para nacer y ahí vienen un daño cerebral con la asfixia que se va a dar, o quizás niños muy pequeños o bajo peso al nacer.

10. ¿Cree que el público se sienta satisfecho con la información que brindan?

Tendría que primero medir, de repente después de la charla podríamos hacer una encuesta y de repente que pida otra no, en el caso de Papanicolaou está programada una campaña al año sin embargo hemos hecho dos a pedido de la misma población.

11. ¿Cuál cree que ha sido la mejor acción comunicativa que ha persuadido a las adolescentes?

La campaña de Papanicolaou y colposcopia, porque para nosotros la colposcopia en la zona es nueva, pues es un medio de diagnóstico de cáncer mejor que el Papanicolaou tiene otra visión, ya el paciente ve su herida en una foto y se puede detectar papitoma o cáncer desde un inicio o avanzado.

12. ¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector Santa Luzmila?

Bueno la primera campaña que hemos hecho fue en marzo y este segundo ha sido en agosto, y como quedaron algunos pendientes para diciembre estamos programando.

13. ¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?

Yo pienso que sí, la idea es que la gente se interese por prevenir.

14. ¿Cómo determinan que mensaje transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?

A través de los resultados, por ejemplo, hacemos la campaña y vienen más pacientes, nos damos a conocer y el paciente se da cuenta que tenemos interés en ellos, por lo que asisten a las convocatorias, entonces de esa manera lo hemos medido por el aumento de pacientes. Antes atendíamos 1 o 2 pacientes al día y ahora vienen 7 u 8, y creo que es la mejor forma de saber si lo estamos haciendo bien.

## GUÍA DE INDAGACIÓN PARA LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A LA OBSTETRA DEL CENTRO DE SALUD, CARMEN SPADÍN.

1. ¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo precoz en adolescentes?

Bueno llevamos un programa que se centra es la estrategia al adolescente, se va a los colegios y se hace las sesiones educativas con los alumnos, sobre todo en los temas de salud sexual y reproductiva como charlas de prevención de enfermedades de transmisión sexual y embarazo en adolescentes.

Incluso en la campaña pasada, se fue a los colegios se hizo juegos con los chicos en un tablero que consistía en hacer preguntas y respuestas.

Bueno también hay material que nos abastece la institución, como trípticos que brindan las recomendaciones y las consecuencias de cómo les afectaría el embarazo en la adolescencia, los rotafolios donde está la parte educativa del desarrollo sexual del niño

2. ¿cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?

Es un poco difícil lograr la concentración de los chicos porque a pesar de ser adolescentes se siguen comportando como niños, por lo que a veces tenemos que bajar a su nivel, a su lenguaje y comportamiento para que ellos puedan comprender.

En muchos casos uno está hablando y ellos están jugando, que se bromean y hasta empujan, pero bueno no todos del 100% pero si un grupo que capta el mensaje y ese grupo vienen y son de ellos quienes se obtiene la respuesta positiva

3. ¿usted de qué manera aporta en la acción comunicativa?

Como te digo, en muchas oportunidades van los colegas o si no voy yo a dictar las charlas.

4. ¿la institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?

No respondió.

5. ¿usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?

Si se hace lo posible para que sea a su nivel, pero falta trabajar bastante en el área de adolescentes les falta trabajar. A veces se tiene limitaciones con los horarios de los profesores.

6. ¿cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa son totalmente entendibles para el público?

No respondió...

7. ¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?

Seguir captando a los adolescentes, pues existe una modalidad de los chicos pares quienes captan a los líderes y que ellos mismo lleven los mensajes ya que sabene lenguaje de los adolescentes. Esta modalidad se creó porque nos damos cuenta que más los escuchan a los amigos que al adulto mayor.

8. ¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?

Sí, porque a ellos les encanta recibir este tipo de charlas, se ponen como niños juguetones y si responden, al menos cuando se hacen los juegos unos responden más que otro, pero si está resultando.

Cabe señalar que siempre hay que llevar un estímulo, lamentablemente a la gente se le ha condicionado que, si no me das algo como un regalo, no me interesa lo que estás hablando. Por eso nosotros llevamos regalos porque si vamos solo con nuestra conferencia o charla ni caso nos hacen.

9. ¿Qué mensajes promueven como los más importantes en la acción comunicativa que realiza la institución?

El mensaje que tratamos de darle es que no inicien a tan temprana edad una vida sexual en el caso de que ya hayan tenido relaciones deben informarse sobre prevención.

10. ¿Cree que el público se sienta satisfecho con la información que brindan?

Digamos que siempre hay que dar más, ellos mismos también piden que haya más acciones comunicativas, incluso cuando vienen a escuchar las charlas acá en el centro de salud, exigen que vayan a sus colegios para que los orienten.

11. ¿Cuál cree que ha sido la mejor acción comunicativa que ha persuadido a las adolescentes?

No respondió

12. ¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector Santa Luzmila?

Dos veces por año, esto es planificado al iniciar el año y con la autorización de los directores de los colegios se asiste y orientan a los alumnos.

Siempre se planea hacer una campaña para setiembre porque es la semana del adolescente y la prevención del embarazo en adolescentes y otra para diciembre en cuanto a lo que es prevención de enfermedades de transmisión sexual

13. ¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?

Todavía estamos en camino, imagínate lograr un objetivo es que todos los chicos este informados, prevenidos y que hayan cambiado a una actitud positiva, y bueno mucho depende también del entorno familiar, de los amigos.

Además, para lograr un objetivo deben intervenir varios sectores no solo el de salud.

14. ¿Cómo determinan que mensaje transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?

Arriba hizo mención a esta pregunta.

15. ¿Cree que la acción comunicativa que realizan es eficaz?

Hemos hecho una pequeña intervención y lo que ellos dicen es que no quieren charlas, por lo que este año hemos hecho sección educativa y después hemos jugado.

## GUÍA DE INDAGACIÓN PARA LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A LA PSICÓLOGA DEL CENTRO CÍVICO MUNICIPAL, LUZ VICUÑA.

1. ¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo precoz en adolescentes?

Yo brindo charlas de sexualidad saludable y aquí netamente tocamos que es ser varón y que es ser mujer, para que cada uno se conozca, además de trabajar las ITS y embarazo a adolescentes.

El último tema se debe tocar, por no ha disminuido los embarazos adolescentes y hay chicas que los tienen como hay otro tipo de chicas que evitan continuar con la gestación, por lo que se capacita a través de unos talleres que se llaman fortalecimiento de capacidades para evitar esas situaciones de riesgo.

Yo el año pasado detecto cuatro o cinco casos de embarazos en el colegio Perú virgen y también hay otro grupito de cinco que ya tienen sus bebitos y ante esa situación el área se dedica a capacitar porque ambos jóvenes deben saber que es una vida sexual saludable, y evitar cualquier situación que se presente como por ejemplo ser padres a temprana edad, porque al final es un trauma para ambos aparte de ser irresponsables.

Muchas veces los varones hacen un paso al costado y quienes quedan con el embarazo con las adolescentes y es un riesgo para ellas, una vez una adolescente me comentó que durante el parto casi se muere, y es muy cierto porque su cuerpo no está preparado para ese tipo de situaciones.

Por todo ello, a través de charla se trata de informar a los adolescentes, ahorita por ejemplo estoy en el colegio Sinchi roca.

2. ¿cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?

Yo pienso que si ayuda no será determinante, pero ayuda, porque hay una realidad... los padres no están hablando con sus hijos y eso se ha podido percibir

acá, de repente no tocan los temas por vergüenza o porque no saben cómo abordarlos; y los chicos están en una edad que cuando entran a una edad los chicos ya están despertando y tiene curiosidades.

3. ¿usted de qué manera aporta en la acción comunicativa?

Bueno yo apporto con mi conocimiento y he tenido capacitaciones que han desarrollado el tema, y yo también los conozco porque los he trabajado con otros psicólogos y se ha visto necesario abordar el tema, ya que los padres no lo hacen ni los docentes, cuando voy a las charlas y los maestros están presentes y no hacen nada para orientar al alumno.

Donde tienes una niña tú con embarazo adolescente, cuando existe una falta de información y orientación

4. ¿la institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?

Desarrollamos un programa en un solo colegio cuando se programa.

5. ¿usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?

Bueno a mí me gusta hablar, claro y sencillo no crudo, porque si a los chicos lo llevas a una conversación técnica ya comienzan a especular y entran a la broma a las malas ideas.

6. ¿cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa son totalmente entendibles para el público?

Rpta: arriba contesta.

7. ¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?

Generalmente darle unos materiales no todos los leen, entonces yo trabajo con láminas o con power point y llevo las diapositivas de lo que quiero explicar.

8. ¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?

Si, si les interesa le ponen atención porque muchos no conocen el aparato de la parte genital ni femenino ni masculino, no saben ambos que es lo que tienen solo lo conocen externamente, además lo trabajo con mensaje sobre enfermedades de transmisión sexual, ósea conocer que te genera tener relaciones sin protección

9. ¿Qué mensajes promueven como los más importantes en la acción comunicativa que realiza la institución?

No respondió.

10. ¿Cree que el público se sienta satisfecho con la información que brindan?

Sí, siempre están prestándome atención y aprendiendo nuevas cosas.

11. ¿Cuál cree que ha sido la mejor acción comunicativa que ha persuadido a las adolescentes?

No respondió.

12. ¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector Santa Luzmila?

Bueno yo desde junio yo he programado las charlas, ahora tengo a un colegio en setiembre y termino en octubre, pero ya no creo que para noviembre haga algo. Y trabajado dos colegios ahora tengo un promedio de 175 chicos.

13. ¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?

Bueno yo creo que sí, no en su totalidad pero creo que sí. No te voy a decir que en un 100% pero si logras que un 30% capte el mensaje vas a obtener resultados positivos.

14. ¿Cómo determinan que mensaje transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?

Bueno por la experiencia que tengo, el psicólogo es un profesional de la conducta, ósea nos damos cuenta como los chicos reaccionan, cuáles son sus inquietudes.

## 2.4. GUÍA DE INDAGACIÓN PARA LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A LA TRABAJADORA SOCIAL DEL CENTRO CÍVICO MUNICIPAL, EDITH PIZARRO.

1. ¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo en adolescentes?

Tenemos un plan de acción en favor de un niño adolescente dentro de la oficina de DEMUNA que se llama COMUDENA, y dentro de esta última institución está el Ministerio Público, salud, poder judicial, la defensoría del pueblo, la misma municipalidad, la Ugel, ministerio de trabajad, ONG entre otras instituciones públicas que trabajan en defensa de la niñez y del adolescente.

Bueno nosotros tenemos dentro de plan esa opción de hacer trabajos de prevención como este mes se celebra la prevención de embarazo precoz, vamos hacer una campaña y ya hemos identificado a un colegio con nueve casos de adolescentes embarazadas, por lo que vamos hacer junto con el ministerio de Salud una campaña de prevención con todas las instituciones que estamos participando en el COMUDENA, dentro de eso también está el Ministerio de la Mujer, el Inabif, la policía de mujeres, la policía Túpac Amaru que le corresponde para trabajar el tema, y aprovechando otras instituciones.

De esa manera, seis médicos son los que van a intervenir para hacer las charlas sobre prevención, es más se mostraran películas sobre el tema.

2. ¿cree que el público se identifique con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?

Si pienso que sí, para ese día se ha coordinado con la directora como un paro de las actividades escolares para que todos los alumnos puedan participar ya que se reunidos fondos de varias instituciones públicas para llevar material.

3. ¿Usted realiza algún aporte en la acción comunicativa?

No respondió.

4. ¿la institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?

Sí, siempre se coloca eso en el plan del Comudena, y se ha trabajado en otras escuelas y pareciera que en algo se ha reducido (los embarazos precoces) por lo que en los centros de salud ya no se están hablando de esas escuelas, sino de la que esa más cerca de nosotros y que el día 24 se hará una campaña.

5. ¿Usted cree que el lenguaje utilizado en la acción comunicativa es totalmente entendible para el público?

Bueno los materiales son propios de cada institución para los días de la campaña sobre todo que sean atractivos para las adolescentes, como material de difusión como llaveritos, lapiceros, gorritos, y hasta porta celulares, cosas que atraigan y sensibilice a todos.

6. ¿cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa son totalmente entendibles para el público?

No respondió.

7. ¿para usted que recurso sería necesario para la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?

Que se difunda más el tema, como radial, televisivo, periódicos locales, pero a veces no le dan importancia.

8. ¿cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa respondan al gusto del público?

Sí, son palabras sencillas que se utiliza para los adolescentes, pero con contenido reales para que puedan captar y reproducir en de repente en sus hogares.

En este caso se habla de la pareja de adolescentes, porque no solo la niña lleva la responsabilidad, sino que también el niño es padre joven.

9. ¿Qué mensajes promueven como los más importantes en la acción comunicativa que realiza la institución?

El mensaje que en este caso se va a dar en esta futura campaña es de prevención del embarazo precoz con la finalidad de que se cuiden y respeten a ellas mismas, para que se logren como buenas futuras ciudadanas.

10. ¿Cree que el público se siente satisfecho con la información que brindan?

Yo pienso que si, por ejemplo, la directora está contenta con el trabajo que vamos hacer allí, además de haberse tomado importancia al colegio, y hemos elegido ese centro educativo por tiene un alto índice de adolescentes embarazadas.

11. ¿Cuál cree que ha sido la mejor acción comunicativa que ha persuadido a las adolescentes?

Anteriormente hemos hecho campañas, pero participando a nivel de todo Lima Norte, con concursos sobre prevención como lo manejan las adolescentes, y el colegio que ganaba representaba al distrito, por un sorteo ganó puente piedra hasta el momento no ha llegado Comas. En otra oportunidad también se ha hecho algo parecido, pero en Independencia, esta vez se va hacer directamente al colegio que tiene más índices de embarazo porque anteriormente esto no se ha visto.

12. ¿cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector de Santa Luzmila?

Campañas se hacen de diferentes tipos, pero en relación a los escolares se da durante todo el año, de diferentes temas que se puede tratar. Relativamente es dejando un mes o quizás cada mes, pero todos en conjunto con las instituciones mencionadas al inicio y se determina a que zona de Comas vamos a llegar.

13. ¿cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuestos para el público?

No al 100% pero si llega al receptor de manera positiva.

14. ¿Cómo determinan que mensajes transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?

Bueno eso ya está dentro del plan aprobado, por ejemplo, en diciembre se hace la evaluación, en enero se comienza para el plan y se decide que se va hacer para todo el año.

Al inicio del año escolar ya todo está planeado, por ejemplo, ministerio de Salud dice que ha quedado pendiente del año pasado y eso es lo que se realiza en conjunto con el plan nacional de la infancia y la adolescencia, todo tiene que ir de la mano

GUÍA DE INDAGACIÓN PARA GRUPO FOCAL A ADOLESCENTES DE 13 – 15 AÑOS:

1. ¿Ustedes han recibido algún tipo de acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz?

Si, en el salón los profesores nos han hablado del tema y los del centro salud de Santa Luzmila también han venido al colegio a informarnos acerca del embarazo precoz, es la única institución que ha venido.

Además, en el salón los profesores siempre hacemos exposiciones del embarazo precoz, cada persona opina del tema e intercambiamos ideas.

Nunca ha venido la parroquia ni la municipalidad solo del centro de salud y por parte del colegio.

2. ¿Ustedes toman en cuenta la información que se brinda en la acción comunicativa?

Si, ya estamos advertidos, primero vamos terminar nuestras carreras ya que tenemos pensado.

3. ¿Para ustedes como sería una acción comunicativa eficaz?

A nosotros nos gustaría que cada indicación que nos brinden sea con imágenes, modelos y diapositivas, todo material didáctico que puedan utilizar para entender mejor, porque si solos nos hablan nos aburren y no entendemos.

Compresión:

4. ¿El lenguaje que se utilizan las instituciones de Santa Luzmila en la acción comunicativa es comprensible?

Si porque nos hablan en un lenguaje sencillo fácil de comprender, sin embargo, algunas personas hablan de algunas partes del cuerpo que uno no conoce pero los especialistas explican todo. Sería bueno que hayan más campañas para entender mejor todo sobre el embarazo precoz, bueno nuestros padres también nos orientan.

5. ¿Creen que los mensajes que se transmiten a través de la acción comunicativa son totalmente entendibles?

No todos, cuando nos hablan de prevención no todos entienden, pues al momento del acto sexual no todos recuerdan o piensan en las charlas que los profesores o el centro de salud brinda.

Atracción:

6. ¿Los mensajes que se emiten en la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila son atractivos?

Si porque mientras más nos expliquen más nos beneficiamos nosotros, siempre nos están dando mensajes de prevención y eso lo tenemos en cuenta.

Aceptación:

7. ¿Ustedes se sienten satisfechos con la información que brinda cada institución?

Sí, siempre es bueno recibir información de personas adultas que saben del tema y sobre todo que nos aconsejan porque quieren vernos lograr nuestras metas.

8. ¿Cuál es la acción comunicativa que más recuerdan?

Bueno lo último que hemos hecho es una exposición, donde cada grupo ha hecho sus papelotes y mostramos imágenes que las explicamos.

El municipio escolar ha ido a otros colegios para hablar de la violencia familiar, el embarazo precoz y temas relacionados.

También tenemos conocimiento que el centro cívico ha estado haciendo charlas y hacían dinámicas para explicar el tema, y nos gustó porque te enseñaban a cómo cuidar tu cuerpo, así como también, que cada uno se valore.

El centro de salud también ha hecho este tipo de campañas, donde mostraban videos e imágenes explicándonos todo sobre la prevención del embarazo precoz.

Inducción a la acción:

9. ¿Ustedes cuantas veces han asistido a una acción comunicativa realizada por las instituciones?

- Yo fui tres sábados seguidos al centro cívico.

- Yo solo fui un sábado al centro de salud.

10. ¿De creen que la acción comunicativa realizada por las instituciones logra los objetivos planteados?

No al 100%, ellos piensan que si lo logran pero no saben los que sentimos nosotros. Ellos nos pueden aconsejar, pero muchas veces nosotros nos hacemos los que ellos dicen y ahí comienzan los problemas

11. ¿Cree que la acción comunicativa que realizan las instituciones es eficaz?

No hasta el momento no hay ninguna acción que sea eficaz, muchas chicas de cuarto y quinto año ya están embarazadas y algunas ya dieron a luz.

Creemos que no solo se debe dar información, sino que también se debería dar preservativos como manera de prevención así seamos menores de edad porque ahora somos los que estamos más expuesto a iniciar una vida sexual.

Aparte no creemos que sea eficaz porque este año se han visto a más chicas embarazadas en el colegio.

## GUÍA DE INDAGACIÓN PARA GRUPO FOCAL A ADOLESCENTES DE 15 – 17 AÑOS.

3. ¿Ustedes han recibido algún tipo de acción comunicativa acerca de la prevención del embarazo precoz?

Si recibimos información de parte de organizaciones privadas, el colegio y el centro de salud, más no de la parroquia ni el centro cívico, tampoco nos han invitado a campañas o charlas

4. ¿Ustedes toman en cuenta la información que se brinda en la acción comunicativa?

Sí, siempre es bueno tomar en cuenta los consejos o información que vienen de parte de especialistas que saben que todavía no deberíamos iniciar esa etapa.

5. ¿Para ustedes como sería una acción comunicativa eficaz?

Más volantes y afiches, y preservativos. Además, creemos que las charlas deberían ser para todo secundaria porque solo lo hacen para tercero cuarto y quinto y no debería ser así. Ahora desde muy pequeños ya inician la vida sexual, por eso deberían reunirnos un sábado a todo secundaria y hablarnos del tema.

6. ¿El lenguaje que se utilizan las instituciones de Santa Luzmila en la acción comunicativa es comprensible?

Sí, bueno algunas veces creemos que si, tratan de explicarnos con palabras fáciles de entender sobre todo nos muestran bastantes gráficos, dispositivas, volantes, afiches,

7. ¿Creen que los mensajes que se transmiten a través de la acción comunicativa es totalmente entendible?

Arriba hace mención a esta pregunta.

8. ¿Los mensajes que se emiten en la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila son atractivos?

En si no recordamos el mensaje exactamente que nos dieron, pero tratan de decirnos que, porque nos apresuramos en vivir una vida sexual activa, lo importante ahora es uno mismo, es estudiar.

9. ¿Ustedes se sienten satisfechos con la información que brinda cada institución?

Más o menos, porque nos gustaría que las acciones comunicativas sean para todos.

10. ¿Cuál es la acción comunicativa que más recuerdan?

Unas charlas que nos dio el centro de salud con material totalmente fácil de entender.

11. ¿Ustedes cuantas veces han asistido a una acción comunicativa realizada por las instituciones?

Han venido dos veces que ha venido el centro de salud a brindarnos charlas.

12. ¿De creen que la acción comunicativa realizada por las logran los objetivos planteados?

No, porque se han visto varios embarazos este año, chicas desde segundo, tercero, cuarto y quinto.

13. ¿Cree que la acción comunicativa que realizan las instituciones es eficaz?

No hasta el momento no hay ninguna acción que sea eficaz, muchas chicas de cuarto y quinto año ya están embarazadas y algunas ya dieron a luz.

No son eficaces, creemos que cualquier campaña no es eficaz al 100% porque de todas maneras tiene sus altas y bajas.

### 2.3. GRUPO FOCAL DE 7 ADOLESCENTES DE 16- 18 AÑOS

¿En la pieza gráfica se muestra imágenes de adolescentes?

En todos los afiches se muestran a adolescentes entablado una conversación.

¿La imagen que presenta la pieza gráfica demuestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales?

En la mayoría de los afiches presentados, las imágenes no se direccionan hacia el mensaje, cual es la prevención de embarazo precoz. En sí, ninguno de los afiches muestra cuidado en la salud, si es que primero no se lee el mensaje.

¿Ustedes creen que el lenguaje que desarrolla el slogan del afiche es sencillo?

Sí, son palabras fáciles de entender y aparte es un mensaje corto.

¿Ustedes creen que el significado del mensaje contribuye a la prevención del embarazo precoz?

El mensaje se entiende en los afiches, pero no en todos se habla directamente de la prevención del embarazo precoz.

¿Ustedes creen que la imagen de la pieza gráfica se complementa con el slogan para lograr el entendimiento de los adolescentes?

Si se lee el mensaje se puede entender la imagen, porque si se ve solo la imagen no dice nada del embarazo precoz.

¿El escenario que muestra la pieza grafica se relaciona con el contexto de los adolescentes?

Si se relaciona con los adolescentes porque son imágenes comunes, pero no demuestra mucho la prevención del embarazo precoz.

¿La escena plasmada en la pieza gráfica es común en los adolescentes?

Sí, ahora muchos adolescentes están con sus enamorados en cualquier lugar.

¿Ustedes creen que la pieza gráfica contiene elementos de interés para los adolescentes?

No es completamente interesante, muestra imágenes simples si no fuera por el mensaje, el afiche no estaría dirigido a la prevención del embarazo precoz.

¿El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz? No todas, porque falta elaboración tanto en el mensaje como en la imagen que no concuerdan.

TÉCNICA 1 – A

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL PRIMER AFICHE: “TODO A SU TIEMPO, LA MATERNIDAD UN ASUNTO SERIO”

RESPONDIDO POR INVESTIGADORA.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO		La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X	
La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.				X	No, simplemente adoptan una postura indiferente sobre algún tema social.
COMPRENSIÓN		El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		sí, porque es corto y palabras fáciles de entender.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.	X		Sí, porque menciona el tema de la maternidad.
		Se fusiona la imagen con el slogan para el entendimiento del mensaje.		X	No tiene mucha complicidad o concordancia el mensaje con las imágenes. Debido a que solo se muestra una pareja de adolescentes dándose la espalda y el mensaje define lo que es la maternidad.
ATRACCIÓN		El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.		X	La imagen es simple, no tienes imágenes complementarias donde se observe cual es el entorno del adolescente, sin embargo, los colores son cálidos.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		El grupo de adolescentes de la imagen protagonizan una foto común ante cualquier situación.
ACEPTACIÓN		La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.		X	
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.		X	Falta trabajar la imagen.
INDUCCIÓN A LA ACCIÓN		El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.	X		Sí, se analiza por el mensaje o slogan, más no se influye por la imagen.

FICHA TÉCNICA 1 – B

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL PRIMER AFICHE: “TODO A SU TIEMPO, LA MATERNIDAD UN ASUNTO SERIO”

RESPONDIDO POR ADOLESCENTES.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO		La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X	
La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.				X	No tiene relación con la prevención del embarazo precoz.
COMPRENSIÓN		El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Palabras fáciles de entender.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.	X		Menciona cual es el problema que se debe prevenir.
		Se fusiona la imagen con el slogan para el entendimiento del mensaje.		X	No, porque la imagen no tiene nada que ver con el texto.
ATRACCIÓN		El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.		X	Parece que fueran amigos del colegio, debería plasmarse la imagen de una mamá adolescente.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		Es una foto que uno se puede tomar con cualquier amigo.
ACEPTACIÓN		La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.	X		El texto si es interesante pero la imagen no.
		Se identifican con el mensaje de la pieza gráfica.	X		Señalaron que sí porque deben prevenir un embarazo más adelante.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.		X	Debería haber una imagen más elaborada.
INDUCCIÓN A LA ACCIÓN		El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.	X		Los adolescentes se guían por el mensaje más no por otro elemento del afiche.

FICHA TÉCNICA 2 – A

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL SEGUNDO AFICHE: “PERÚ, PAÍS JOVEN... ADOLESCENTES Y JOVENES COMPROMETIDOS CON LA SALUD

RESPONDIDO POR INVESTIGADORA.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO		La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X	
La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.			X		Todos parecen pertenecer a un solo estatus socioeconómico.
COMPRENSIÓN		El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Sí, porque es corto y palabras de fáciles de entender.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.		X	En este afiche el lema no va directamente hacia la prevención del embarazo precoz. Pero si hacia el desarrollo del adolescente, lo que compromete a no tener hijos durante esta etapa.
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		El mensaje va directamente al adolescente, ya que se menciona quien es el público objetivo y que es lo que se está buscando.
ATRACCIÓN		El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.		X	La imagen es simple, no tiene imágenes complementarias donde se observe cual es el entorno del adolescente, sin embargo los colores son cálidos.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		El grupo de adolescentes de la imagen protagoniza una foto común ante cualquier situación.
ACEPTACIÓN		La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.		X	Solo muestra a los adolescentes más no imágenes que sean de gran interés.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.			No, porque el mensaje no va directamente hacia el objetivo planteado.
INDUCCIÓN A LA ACCIÓN		El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.			-

FICHA TÉCNICA 2 – B

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL SEGUNDO AFICHE: “PERÚ, PAÍS JOVEN... ADOLESCENTES Y JOVENES COMPROMETIDOS CON LA SALUD

RESPONDIDO POR ADOLESCENTES.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO		La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X	
La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.			X		Si parecen que todos integran un solo grupo.
COMPRENSIÓN		El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	XX		Palabras fáciles de entender.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.		X	Se centra más en la salud en general pero no en la prevención del embarazo precoz.
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		Se identifican tanto con el mensaje como con la imagen.
ATRACCIÓN		El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.	X		Parece que estuvieran en la calle.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		Es simple imagen.
ACEPTACIÓN		La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.		X	-
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.		X	No atribuye directamente al embarazo precoz.
INDUCCIÓN A LA ACCIÓN		El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.		X	Porque no menciona el tema.

FICHA TÉCNICA 3 – A

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL TERCER AFICHE: “SER RESPONSABLE ES LA MEJOR OPCIÓN” ¡TÚ DECIDES!

RESPONDIDO POR INVESTIGADORA.

	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INVOLUCRAMIENTO	La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X		Muestra a adolescentes disfrutando de un concierto.
		La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.	X		En cuanto a la imagen de trasfondo si muestra involucramiento en el concierto, por otro lado la pareja de adolescentes tratan de brindar un mensaje positivo en cuanto los beneficios de su edad.
	COMPRENSIÓN	El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Sí, porque es corto y con palabras de fácil significado.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.		X	El mensaje es un poco confuso al asociarlo con la prevención del embarazo precoz.
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		El mensaje va directamente al adolescente, ya que se menciona al público objetivo.
	ATRACCIÓN	El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.	X		Durante la etapa de la adolescencia normalmente se suele asistir a este tipo de conciertos.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		El grupo de adolescentes de la imagen protagoniza una foto común ante una diversión sana.
	ACEPTACIÓN	La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.	X		Sí, pero no van directamente con el embarazo precoz.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.		X	El slogan no concuerda con la imagen, pese que el mensaje va dirigido a los adolescentes. Si se guían por el slogan es más fácil comprender el objetivo de la pieza gráfica.
	INDUCCIÓN A LA ACCIÓN	El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.	X		-

FICHA TÉCNICA 3 – B

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA” SLOGAN DEL TERCER AFICHE: “SER RESPONSABLE ES LA MEJOR OPCIÓN” ¡TÚ DECIDES! RESPONDIDO POR ADOLESCENTES.

	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INVOLUCRAMIENTO	La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X		Se reúnen en un concierto.
		La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.	X		Se ve un grupo de chicos en un concierto.
	COMPRENSIÓN	El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Las palabras son fáciles de entender pero el fondo del mensaje no,
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.		X	El mensaje hace mención del tema por lo que facilita el entendimiento.
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.		X	Sí, porque menciona en la parte superior el tema del cual se está tratando en el afiche.
	ATRACCIÓN	El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.	X		Todo adolescente le gusta la diversión.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		En la adolescencia siempre se va a conciertos.
	ACEPTACIÓN	La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.		X	Es muy simple.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.		X	El mensaje dice una cosa y la imagen otra, de repente si e pusiera la foto de un preservativo o las píldoras del día siguiente sería más fácil relacionarlos.
	INDUCCIÓIN A LA ACCIÓN	El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embrazo precoz.		X	Por la imagen no, por el texto sí.

FICHA TÉCNICA 4 – A

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL CUARTO AFICHE: “SER RESPONSABLE ES LA MEJOR OPCIÓN” ¡TÚ DECIDES! (OTRA IMAGEN)

RESPONDIDO POR INVESTIGADORA.

	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INVOLUCRAMIENTO	La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X		Muestra a una pareja de enamorado llegando a un acuerdo.
		La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.	X		-
	COMPRENSIÓN	El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Sí, porque es corto y con palabras fáciles de entender.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.		X	-
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		El mensaje va directamente al adolescente, ya que se menciona quien es el público objetivo y que es lo que se está buscando
	ATRACCIÓN	El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.		X	La imagen se desarrolla en un parque, lugar se ha caracterizado siempre por acoger a las parejas de enamorados.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		Es una escena común entre pareja de enamorados ya que la imagen demuestra el mensaje de la mirada y el cruce de las manos.
	ACEPTACIÓN	La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.		X	Solo está la pareja que es común en la etapa de la adolescencia.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.	X		Si se comprende el slogan y se hace una buena interpretación de la imagen.
	INDUCCIÓN A LA ACCIÓN	El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.	X		-

FICHA TÉCNICA 4 – B

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL CUARTO AFICHE: “SER RESPONSABLE ES LA MEJOR OPCIÓN” ¡TÚ DECIDES! (OTRA IMAGEN)

RESPONDIDO POR ADOLESCENTES.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO	La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X		Son pareja por las caricias en las manos.
		La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.	X		Son una simple pareja.
	COMPRENSIÓN	El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Es un mensaje muy fácil de comprender.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.	X		El mensaje se entiende cuando se lee el texto completo.
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		Sí, porque explica un problema social que se debe prevenir.
	ATRACCIÓN	El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.	X		Es un parque que es común.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		-
	ACEPTACIÓN	La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.	X		Slogan con la imagen nos brindan un buen mensaje.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.	X		Sí, tanto la imagen como el texto caen muy bien.
INDUCCIÓIN A LA ACCIÓN	El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embrazo precoz.	X		Por el lema sobretodo.	

FICHA TÉCNICA 5 – A

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL QUINTO AFICHE: “TODO A SU TIEMPO, LA MATERNIDAD ES UN ASUNTO SERIO”

RESPONDIDO POR INVESTIGADORA.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO		La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X	
La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.			X		-
COMPRENSIÓN		El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		Sí, porque es breve y con un lenguaje coloquial.
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.	X		-
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		S, porque se utiliza una actual manera de comunicación entre los adolescentes.
ATRACCIÓN		El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.	X		Esta pieza gráfica es la que más cercanía tiene con los adolescentes, ya que en esta época se está utilizando el Facebook como uno de los medios de comunicación más importante.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		El grupo de adolescentes de la imagen protagoniza una foto común estudiando.
ACEPTACIÓN		La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.	X		No solo se centran en la imagen sino que también pueden observar las diferentes partes del contexto en el que se muestra la ilustración.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.	X		-
INDUCCIÓN A LA ACCIÓN		El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.	X		-

FICHA TÉCNICA 5 – B

DATOS GENERALES: AFICHE DEL CENTRO DE SALUD “SANTA LUZMILA”

SLOGAN DEL QUINTO AFICHE: “TODO A SU TIEMPO, LA MATERNIDAD ES UN ASUNTO SERIO”

RESPONDIDO POR INVESTIGADORA.

EFICACIA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA	INDICADORES	ITEMS	SI	NO	OBSERVACIONES
	INVOLUCRAMIENTO		La pieza gráfica muestra imágenes de adolescentes.	X	
La imagen muestra involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales.			X		Todos pertenecen a una sola clase social.
COMPRENSIÓN		El lema que se desarrolla tiene un lenguaje sencillo.	X		-
		El significado del mensaje contribuye directamente a la prevención de embarazo precoz.	X		Al principio dudaron que el texto atribuya al embarazo precoz pero luego leyeron completo y si lo entendieron.
		El mensaje transmite identificación con el público objetivo.	X		-
ATRACCIÓN		El escenario que muestra la pieza gráfica se relaciona con el contexto de los adolescentes.	X		Es un contexto juvenil.
		Se utiliza escenas comunes del público objetivo.	X		Una reunión grupal.
ACEPTACIÓN		La pieza gráfica contiene elementos de interés para el adolescente.		X	A pesar que el adolescente siempre utilice el Facebook la imagen y el texto no concuerdan.
		Los elementos de la pieza gráfica se complementan para lograr el objetivo.		X	La imagen no muestra prevención del embarazo precoz.
INDUCCIÓN A LA ACCIÓN		El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz.		x	Por el lema quizás pero la imagen no.

PRIMERA PIEZA GRÁFICA



SEGUNDA PIEZA GRÁFICA



TERCERA PIEZA GRÁFICA



CUARTA PIEZA GRÁFICA



www.minsa.gob.pe

**Ser**  
**RESPONSABLE**

**es la**  
**mejor opción**

**¡Tú decides!**

**Prevención del embarazo  
no planificado en adolescentes**



Infórmate: llama gratis a **INFOSALUD**  
**0800-10828**

**EL PERU**  
**AVANZA**

QUINTA PIEZA GRÁFICA

facebook

Buscar personas, páginas y cosas

Diana C...

# TODO A SU TIEMPO



**La maternidad es un asunto serio**



Me gusta · Comentar · Compartir



Chic@s, disfrutemos nuestra adolescencia responsablemente.



PERÚ

Ministerio de Salud

# Setiembre 2013



PERÚ

Ministerio  
de SaludDIRECCIÓN DE SALUD Y LIMA CIUDAD  
RED DE SALUD TUPAC AMARU

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
01	02	03	04	05 Difusión de la prevención de Influenza en Plaza Vea de Comas.	06	07
08	09	10 Campaña sobre uso adecuado de Medicamentos en CMI. Tahuantinsuyo Bajo.	11	12 Feria Informativa en Mercado el 22 de Carabaylo.	13	14 "El Caminata y Jornada de Actividad Física Familiar. Por tu Salud Muévete Red de Salud Túpac Amaru".
15	16	17	18	19 Firma de Memorándum de entendimiento entre Minsa y Koica para inicio de construcción del Materno Infantil Santa Luzmila II.	20 Inauguración de Centro de Producción de Dosis reducidas para pacientes con TBC. En CS. Clorinda Málaga. Feria informativa por la Semana de la Prevención del embarazo en adolescentes en Carabaylo.	21
22	23 Campaña de Desparasitación canina en jurisdicción del distrito de Carabaylo.	24 Feria Informativa para adolescentes en IE. Esther Festini	25	26	27 Concurso de Dibujo en I.E. Gran Bretaña, con motivo de la Prevención de la Rabia.	28
29	30					

**Dirección Ejecutiva**  
**Equipo de Trabajo de Imagen Institucional y Relaciones Públicas**

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
PROBLEMAS	OBJETIVOS	SUPUESTO	UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	ITEMS		
					ENTREVISTA	GRUPO FOCAL 1 Y 2	GRUPO FOCAL 3
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b></p> <p>¿De qué manera el Centro de Salud, el Centro Cívico y la parroquia de Santa Luzmila realizan acción comunicativa, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Analizar la acción del Centro de Salud, la parroquia y el Centro Cívico de Santa Luzmila, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013</p>	<p>El centro de salud, la parroquia de Santa Luzmila y el Centro Cívico Municipal del distrito de Comas cumplen con los elementos de la eficacia de la acción comunicativa, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013</p>	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Describir los elementos de la eficacia de la acción comunicativa del Centro de Salud Santa Luzmila , acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013</p> <p>Describir los elementos de la eficacia de la acción comunicativa de la parroquia, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013.</p> <p>Describir los elementos de la eficacia de la acción comunicativa del Centro Cívico, acerca de la prevención del</p>	<p><b>INVOLUCRAMIENTO</b></p>	<p>¿Qué tipo de acción comunicativa realiza la Institución a la que pertenece sobre la prevención del embarazo en adolescentes?</p> <p>-¿cree que el público se identifica con los mensajes que se emiten en la acción comunicativa?</p> <p>-¿Usted realiza algún aporte n la acción comunicativa?</p> <p>-¿la institución a la que pertenece realiza acción comunicativa sobre embarazo precoz en los colegios de la zona?</p>	<p>-¿Usted ha recibido algún tipo de acción comunicativa sobre la prevención del embarazo precoz?</p> <p>-¿usted toma en cuenta la información que se brinda en la acción comunicativa?</p> <p>-¿Para Usted como sería una acción comunicativa eficaz?</p>	<p>¿En la pieza gráfica se muestra imágenes de adolescentes?</p> <p>¿La imagen que presenta la pieza gráfica demuestra Involucramiento entre adolescentes de diferentes clases sociales?</p>

			Embarazo precoz en el periodo 2013.	<p>COMPRESIÓN</p> <p>-¿El lenguaje utilizado en la acción comunicativa que organiza la institución a la que pertenece es comprensible para el público?</p> <p>-¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa son totalmente entendibles para el público?</p> <p>-¿Para usted que recurso sería necesario para que la acción comunicativa produzca efectos en la sociedad?</p>	<p>-¿El lenguaje que utilizan las ¿Instituciones de Santa Luzmila en la acción comunicativa es comprensible?</p> <p>-¿Cree que los mensajes que se transmiten a través de la acción comunicativa es totalmente entendible?</p>	<p>¿El escenario que Ustedes creen que el lenguaje que desarrolla el slogan del afiche es sencillo?</p> <p>¿Ustedes creen que el significado del mensaje contribuye a la prevención del embarazo precoz?</p> <p>¿Ustedes creen que la imagen de la pieza gráfica se complementa con el slogan para lograr el entendimiento de los adolescentes?</p>
				<p>ATRACCIÓN</p> <p>-¿Cree que los mensajes emitidos en la acción comunicativa responden al gusto del público?</p>	<p>-¿los mensaje emitidos en la acción comunicativa que realizan las instituciones locales de Santa Luzmila son atractivos?</p>	<p>¿El escenario que muestra la pieza grafica se relaciona con el contexto de los adolescentes?</p> <p>¿La escena plasmada en la pieza gráfica es común en los adolescentes?</p>

				ACEPTACIÓN	<p>-¿Cree que el público se siente satisfecho con la información que brinda la Institución a la que pertenece?</p> <p>-¿Cuál crees que ha sido mejor la acción comunicativa que ha persuadido a las adolescentes?</p>	<p>¿Usted se siente satisfecho con la información que brinda cada Institución de Santa Luzmila?</p> <p>-¿Cuál es la acción comunicativa que más recuerda?</p>	<p>¿Ustedes creen que la pieza gráfica contiene elementos de interés para los adolescentes?</p>
--	--	--	--	------------	---	---	---

PROBLEMAS ESPECÍFICA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS:			INDUCCIÓN A LA ACCIÓN	-¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector de Santa Luzmila?	-¿Cada cuánto tiempo realizan acción comunicativa en el sector de Santa Luzmila?	¿El contenido de la pieza gráfica motiva a que los adolescentes prevengan el embarazo precoz?
<p>¿Cuáles son los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza el centro de Salud Santa Luzmila en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013?</p> <p>¿Cuáles son los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza la parroquia en el distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013?</p> <p>¿Cuáles son los elementos de la eficacia en la acción comunicativa que realiza el Centro Cívico del distrito de Comas, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013?</p>	<p>Describir los elementos de la eficacia de la acción comunicativa del Centro de Salud Santa Luzmila, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013</p> <p>Describir los elementos de la eficacia de la acción comunicativa de la parroquia, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013.</p> <p>Describir los elementos de la eficacia de la acción comunicativa del Centro Cívico, acerca de la prevención del embarazo precoz en el periodo 2013.</p>				<p>-¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuesto para el público?</p> <p>-¿Cómo determinan que mensaje transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?</p> <p>- ¿Cree que la acción comunicativa que realizan es eficaz?</p>	<p>-¿Cree que la acción comunicativa realizada por su institución logra los objetivos propuesto para el público?</p> <p>-¿Cómo determinan que mensaje transmitir a las adolescentes antes de hacer la exposición de la acción comunicativa?</p> <p>- ¿Cree que la acción comunicativa que realizan es eficaz?</p>	