

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



EMBARAZO ADOLESCENTE EN EL PERÚ. EL ROL DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Lily Geraldine Pérez Palma

Código 20090870

Lima – Perú
Septiembre de 2018

**EMBARAZO ADOLESCENTE EN EL PERÚ.
EL ROL DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN**

ÍNDICE

1. Diagnóstico

1.1. Causas	p. 7
1.2 Consecuencias	p. 13
1.3 Factores clave	p. 16
1.4 Problema identificado	p. 21
1.5. Análisis de la ONG PROMSEX	p. 22

2. Estrategia de Comunicación

2.1 Objetivos	p. 25
2.2 Campaña piloto	p. 25
2.3 Caracterización de las audiencias	p. 28
2.4 Ámbito de intervención	p. 29
2.5 Duración	p. 30
2.6 Públicos Objetivo	p. 31
2.7 Mensajes	p. 32
2.8 Líneas de trabajo	p. 34
2.9 Estrategias y actividades	p. 35

3. Propuesta Creativa

3.1 Concepto creativo	p. 44
3.1.1 Plan de medios	p. 59
3.2 Estrategias de contenido	p. 67

4. Plan de evaluación

5. REFERENCIAS

p. 73

6. ANEXOS

p. 75

INTRODUCCIÓN

1. Diagnóstico

El presente diagnóstico se plantea desde la mirada del Centro de Promoción y Defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos – PROMSEX, organización no gubernamental que promociona y defiende los derechos sexuales y reproductivos de las personas.

El embarazo adolescente es considerado como un problema de salud pública por el incremento del riesgo en la salud de las adolescentes madres y del recién nacido y por el impacto que genera en sus diferentes ámbitos de vida, su entorno próximo y la sociedad en general. Existen muchos factores que condicionan la concepción. En la mayoría de casos es no planificada y un gran porcentaje de ellos es producto de abusos sexuales.

En el contexto mundial

La tendencia mundial de las últimas décadas revela un descenso general de las tasas de la fecundidad, pero esta tendencia no se refleja en las adolescentes, que siguen embarazándose en edades tempranas y sin desearlo. De acuerdo a un informe de la ONG Save the Children, a nivel mundial cada año 2 millones de niñas entre 10 y 14 años dan a luz. Cada día 20 000 niñas de menos de 18 años se convierten en madres en países en desarrollo, lo que equivale a 7,3 millones de partos cada año. La necesidad insatisfecha de planificación familiar suele ser mayor entre las mujeres del 20% de los hogares más pobres.

En el contexto Nacional

Frente a este escenario es importante analizar la situación actual en nuestro país. El embarazo adolescente en Perú tiene dos aspectos que lo caracterizan respecto a su incidencia. En primer lugar, la fecundidad adolescente no ha disminuido con la misma intensidad que en otros países. En segundo lugar, el porcentaje de embarazo adolescente se mantiene en la misma proporción, con un ligero incremento. Esto a pesar del crecimiento económico del país de los últimos 30 años.

Si bien la problemática se presenta en todas las regiones del país hay una mayor incidencia en las poblaciones más desfavorecidas. Mujeres adolescentes con bajo nivel educativo, pertenecientes al quintil de riqueza inferior, que residen en el área rural.

Según la Encuesta nacional de Demografía y Salud 2017 (ENDES), 13.4 % de adolescentes peruanas entre los 15 y 19 años estuvo alguna vez embarazada, un 0.7% más que el año anterior. Este aumento marca un importante retroceso en la lucha por reducir la tasa. A ello se suma la gran brecha existente entre el ámbito rural (23,2%) y urbano (10,7%). En el Perú, el embarazo adolescente es inversamente proporcional al nivel de educación, el acceso a la información y a la cultura. El 60% de embarazos reportados a escala nacional son no deseados (MINSa; 2017) En el 71% de los casos, las parejas de las madres (entre 11 y 14 años) son hombres mayores de 18 años y una gran proporción de los casos son producto de abusos sexuales. (Save The Children).

Según una encuesta realizada por Ministerio de Salud (Minsa) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el 40% de menores de 15 años en el Perú tiene relaciones sexuales. Lo más preocupante es que menos de la mitad usó algún tipo de anticonceptivo.

El registro de atención de APROPO indica que la edad del inicio de la vida sexual en los adolescentes es en promedio 16 años hombres y 17, mujeres. Dicho estudio muestra que hay un porcentaje de ellos que inició a los 14.

Todas estas implicancias hacen que el embarazo adolescente sea considerado como un problema de salud público. Las autoridades gubernamentales junto con diversos actores de la sociedad han implementado iniciativas en pro de erradicar la problemática; sin embargo, sus esfuerzos no han tenido resultados exitosos. Es necesario que la prevención del embarazo en adolescentes sea tratada como una política pública, la cual requiere el diseño de programas y proyectos propios para cada realidad y que supone compromisos estratégicos más allá del sector salud, involucrando tanto el nivel nacional, como el regional y local. Asimismo se necesita una mayor inversión, particularmente en capacitación para proveedores de servicios de salud y docentes. “Los países que han apostado por hacer inversiones en salud han logrado generar milagros económicos que han creado nuevas oportunidades para todos. Cuba es un buen ejemplo.” (UNFPA Informe “La desigualdad en el ámbito de los derechos”)

1.1. Causas

Existen diversas causas que permiten que un embarazo adolescente se presente. Entre ellas podemos encontrar causales sociales, económicas y culturales.

1.1.1 Determinantes sociales

a) Inicio de la vida sexual prematura

Según un informe del Fondo de Población de las Naciones Unidas, el 19.7% de los estudiantes de secundaria refirieron haber tenido relaciones sexuales alguna vez en su vida. Entre estos estudiantes, 46.7% tuvieron su primera relación sexual antes de los 14 años. Estos porcentajes son más altos entre los varones (28.3% han tenido relaciones sexuales y de ellos 50.9% antes de los 14 años), que entre las mujeres (11.1% han tenido relaciones sexuales y 36.1% antes de los 14 años).

Asimismo, solo el 64.3% de los que tuvieron relaciones sexuales, en los últimos 12 meses, utilizaron condón, aunque un 38.9 % refieren haber utilizado otro método anticonceptivo.

En el período 2000-2015 el porcentaje de mujeres que inicio su vida sexual antes de los 15 años de edad se incrementó de 5.1% a 6.9%. Asimismo, es seis veces más alto entre las adolescentes de nivel educativo secundario con respecto a las que tienen nivel educativo superior (37.9% y 6.1%, respectivamente). (Ministerio de Salud, 2017)

a) Comunicación limitada con los padres y disfunciones familiares

La adolescencia es una etapa de cambios, tanto físicos como emocionales. Asimismo, representa una transición del periodo de la infancia a una edad más adulta. Los adolescentes se enfrentan a nuevas experiencias, en las cuales la guía de un adulto es clave. El interés por su sexualidad, el sexo y las relaciones de pareja es un territorio nuevo en el que muchas veces toman malas decisiones. Para ellos el apoyo y orientación por parte de los padres es muy importante ¿pero qué pasa si los padres no orientan y educan a sus hijos sobre la sexualidad o están ausentes o desinteresados o

peor aún toman una actitud de rechazo ante el tema y evitan o prohíben hablar sobre sexualidad a los hijos?

Según un informe del Intituto Guttmacher, solo el 23% de adolescentes afirmó haber recibido alguna información de sus padres.

“La sala penal constitucional tiene en su poder declarar fundada o no una demanda de un grupo de padres llamado “Padres en acción”, los cuales en la mayoría de casos residen fuera del país y están articulados con la agrupación de padres “Con mis hijos no te metas”. Es una demanda interpuesta al Ministerio de Educación, se busca que el enfoque de género no forme parte del currículo escolar. Enfoque que tiene gran incidencia en la educación sexual y que busca erradicar patrones machistas que refuercen el carácter de desigualdad de género en el país.” (Delta, 2017)

Cuando no se imparte educación con enfoque de género tenemos como resultado sociedades violentas y desiguales. Los niños, niñas y adolescentes están expuestos a muchos riesgos, ya que muchos padres religiosamente satanizan las relaciones sexuales y establecen que a partir del matrimonio recién uno puede hablar sexualidad, de placer, de complacer, de complacerse. Teniendo este panorama, es un poco difícil enseñarle a nuestros niños y niñas como protegerse de un embarazo no deseado, cómo evitar un aborto y como si te ha ocurrido una violación sexual pueda abortar. Esta ausencia de información les impide tomar decisiones adecuadas a futuro, saber los riesgos y consecuencias del inicio sexual sin protección, las consecuencias de un embarazo.

La información y educación sexual es necesaria. Si la comunicación es limitada, los adolescentes se encuentran en un estado de incertidumbre y orfandad. Ante ello, algunos adolescentes recurren al apoyo de un maestro o un adulto amigo en quien confíen; sin embargo, es un porcentaje menor, otro mayor grupo de ellos accede a fuentes informáticas. Según el mencionado informa, el 85% de los escolares refiere que aprendió de sexualidad en Internet y otros medios de comunicación similares, como la televisión. Estos medios brindan una gran oferta informativa en donde pueden encontrar información confiable como información falsa lo que los puede llevar a tomar decisiones equivocadas.

Existe un mayor riesgo aun en aquellos adolescentes donde hay una ausencia física o emocional de los padres, familias divididas, padres ocupados o desinteresados, padres

violentos. Las disfunciones exponen al adolescente a la soledad y a experimentar sin una orientación adecuada.

b) Acceso limitado o distorsión de la información

Existen dos escenarios principales que condicionan el acceso a la información por parte de los adolescentes. En primer lugar, las limitaciones económicas. Muchos adolescentes nacen en escenarios de pobreza, alejados de la ciudad, muchas veces sin acceso a una educación de calidad, exentos del apoyo del estado. Los padres quienes, son actores primordiales, también se encuentran en la misma posición, muchos de ellos incluso pueden haber accedido o no a la educación en un nivel básico, por ende no pueden brindar mayor apoyo a sus hijos. Todo ello, los somete a un estado de vulnerabilidad. La educación sexual es clave para poder prevenir embarazos. Por estos motivos, los adolescentes ejercen su sexualidad a temprana edad o sin la protección necesaria, lo que los expone a ser padres a una edad prematura. En resumen, es el resultado ausencia de opciones: acceso limitado o nulo a la escuela, a la información o a la atención médica.

En el segundo escenario no es la economía la que somete a los adolescentes a carecer de acceso a la información. Son condicionantes sociales provenientes de los padres, la escuela o su entorno. Como ya mencionamos en el punto anterior existen creencias conservadoras sobre la sexualidad, influenciadas en la mayoría de casos por la religión. Dicha postura mantiene una posición estricta y negativa sobre la sexualidad en los adolescentes. Las personas deben conocer estos temas desde la edad adulta y una vez éstos hayan contraído matrimonio ya que hacerlo antes es considerado inmoral. Asimismo existen creencias conservadoras pero influenciadas por el desconocimiento y temor. Un gran número de padres considera que la educación sexual es un tema que debe ser manejado por los adultos. Piensan que enseñar sobre sexualidad a los menores de edad los incita a iniciar su vida sexual. Por ello, prohíben o rechazan que la escuela fomente este tipo de información, mantienen la misma actitud con los especialistas de salud. Consideran que solo ellos deben tocar esos temas. Por temor no los exponen a la realidad. (Palma, 2018)

En consecuencia, son los adolescentes quienes se exponen a un riesgo mayor ya que recurren a fuentes externas de conocimiento, que compiten entre sí y algunas veces se contradicen en la información que proveen. Una de ellas sus pares (70%) quienes se encuentran en el mismo estado de confusión y pueden darles consejos no acertados. Una gran mayoría (85%) de estudiantes indica haber obtenido alguna vez información sobre sexualidad en los medios de comunicación (televisión, radio e Internet y materiales como libros y panfletos). Otra fuente y de gran riesgo es el Internet, que como ya mencionamos, es un medio que tiene una variada oferta informativa. Si bien se puede encontrar información real y confiable también pueden encontrar información errónea o falsa que los puede llevar a tomar malas decisiones.

c) Estrategias deficientes en la Educación Sexual impartida en las escuelas del Perú
La educación sexual integral se empezó a impartir en el Perú desde el año 2008. Según un informe de la Universidad Cayetano Heredia y el Instituto Guttmacher, en la actualidad solo el 8% de docentes está apto para enseñarla y el 50% de docentes que tienen a su cargo dicha tarea no se siente capacitado para hacerlo. Un 52% de ellos refirió que no recibió ningún tipo de capacitación antes de empezar a hablar de educación sexual y, por ello, lo hizo con sus propios medios. Por todo ello, el 97% de estudiantes, profesores y directores están de acuerdo en que se enseñe educación sexual en el colegio. (Universidad Cayetano Heredia e Instituto Guttmacher, 2018). El 59% de los estudiantes que recibieron educación sexual solo fueron informados en temas fisiológicos de salud sexual reproductiva, pero muy pocos en valores, derecho, respeto y habilidades interpersonales (33%). “Como no hay un programa nacional que capacite y evalúe el desempeño de los profesores en este tema, cada maestro hace lo que puede, con sus recursos, medios y prejuicios. Por eso, un tercio de docentes enseña a los chicos que tener relaciones sexuales es peligroso y que deben evitarlas antes de casarse, así como que la abstinencia es la mejor alternativa para prevenir enfermedades de transmisión sexual” (Motta, 2018)

Sobre los temas relacionados con la anticoncepción y el embarazo no planeado, como dónde obtener anticonceptivos y cómo usarlos, están entre las áreas menos cubiertas en las clases de educación sexual. Solo un 21% de escolares recibió información relacionado a ello.

Según Rossina Guerrero, directora de Incidencia Política de Promsex, No hay un programa especial de educación sexual ni existe una estrategia para trabajar con los docentes y alumnos. Solo hay grandes lineamientos, pero no una planificación anual que sea transversal al contenido educativo y, por ello, finalmente esta educación sexual no está llegando a todos.

c) Abuso sexual

No todos los casos de embarazo prematuro están ligados a la falta de prevención sexual. Muchos están vinculados a la ola de violencia sexual y de género que se vive en el Perú. Cada día, 4 niñas entre 9 y 13 años dan a luz a su primer hijo producto de una violación. (UNICEF, 2018). Según el último reporte del Observatorio de Criminalidad del Ministerio Público, la cifra de abusos de caso sexual registrada en el 2017 se elevó en 8% con relación al año anterior. Además el 76% de las víctimas fueron menores de edad. El 40% de los agresores pertenecen al entorno familiar de la víctima.

“1 de cada 3 adolescentes quiere saber más sobre prevención de la violencia y abuso sexual.” (Universidad Cayetano Heredia e Instituto Guttmacher, 2018)

La violencia sexual y posterior embarazo truncan el futuro de cientos de niñas que quisieran haber tenido otra experiencia de vida. Les impiden proteger sus derechos y garantizar todo su potencial.

d) Intervención del estado

En el Perú no existe una normativa nacional con rango de ley que respalde un programa de educación sexual desde un enfoque integral (o Educación Sexual Integral - ESI). En el 2008, el Ministerio de Educación promulgó lineamientos para ESI en primaria y secundaria, pero su implementación ha sido débil por falta de voluntad política, reflejada en escasa capacitación docente y ausencia de sistemas de evaluación. La integralidad de la educación sexual es mínima: solo el 9% de los estudiantes recibió instrucción en los 18 temas que aseguran un abordaje integral. (Universidad Cayetano Heredia e Instituto Guttmacher, 2018)

Durante muchos años el abordaje de la problemática por parte de las autoridades estatales fue lenta y con poca apertura. La religión e ideologías conservadoras dictaban actitudes de rechazo o secretismo hacia la sexualidad y sus premisas tan arraigadas en la sociedad también estaban presentes en las autoridades responsables de crear políticas públicas, por ende el avance era lento y sesgado. Una muestra de ello fue la creación de una ley en el año 2006 que establecía que todas las relaciones sexuales entre personas de 14 a 18 años eran consideradas como violación. Por ende todas las relaciones bajo esa premisa eran ilegales. En el año 2012 se abolió dicha ley. Sin embargo, durante seis años la asistencia por parte de los doctores hacia los adolescentes no estaba permitida. Asimismo, La Ley General de Salud planteaba que la responsabilidad de la educación sexual fuera exclusivamente de los padres. Impedía así que los adolescentes se informaran sobre salud reproductiva y sexual. Una propuesta poco realista que por el contrario, agravó más la situación, ya que los padres no estaban/están correctamente capacitados y no tienen en muchos casos las habilidades de comunicación para abordar el tema, además de ello muchos de ellos comparten la idea de que no es recomendable hablar de sexo a los hijos hasta la edad adulta, ya que hacerlo los incitaría a iniciar la actividad sexual.

Según Christian Martinez, psicólogo clínico, en el Perú en los últimos 25 años no se ha avanzado nada en temas de educación sexual en las escuelas. De acuerdo a su experiencia y la revisión de datos lo ha podido comprobar. Indica que las preguntas en la bibliografía nacional sobre la enseñanza de sexualidad en las escuelas son las mismas de hace 20 años. Existe la urgencia de un plan nacional de educación sexual integral.

1.1.2. Determinantes económicos

e) Acceso a una educación sexual y a métodos anticonceptivos limitada, según sus ingresos económicos.

Perú es uno de los países latinoamericanos con los niveles más bajos de uso de métodos anticonceptivos modernos, con un 54 %, cuando el promedio de la región es del 70 %. (EFE).

Hasta el año 2016 el Estado peruano actuaba como una barrera al negar el reparto gratuito del anticonceptivo oral de emergencia, más conocido como píldora del día siguiente.

En nuestro país las mujeres de menores ingresos, con menor escolaridad que viven en áreas rurales tienen menor acceso a métodos de prevención sexual por ende están más expuestas a la fecundidad no deseada. La consecuencia se traduce en riesgos para la salud y tiene repercusiones económicas en su vida posterior. Entre ellos, la perpetuación de la pobreza y la exclusión que se transfiere a la siguiente generación, lo cual las lleva a la pérdida de oportunidades, limitado acceso a una educación de calidad y obtener un empleo con un ingreso digno

Es necesaria la democratización de la información y la posibilidad de que todas las mujeres puedan acceder a consejerías y métodos de planificación familiar para evitar este problema que nos afecta a todos y todas.

1.2 Consecuencias

Las adolescentes que desarrollan un embarazo se enfrentan a un número importante de retos en la dimensión social, individual y familiar. Su proyecto de vida y aspiraciones a futuro se ven estancados y corren el riesgo de no hacerse realidad. Las niñas y adolescentes no están preparadas física, psicológica ni económicamente para solventar la vida de un menor. El número de adolescentes en gestación o aquellas que ya han pasado por el proceso forman parte del gran porcentaje de personas que se encuentran en una posición de desventaja en el país. Si bien la economía en el Perú ha visto mejoras esto no se refleja en el bienestar de todos los segmentos sociales.

Las consecuencias que el embarazo adolescente genera se pueden clasificar en biológicas, psicológicas, sociales y económicas.

1.2.1. Biológicas

Salud y Mortalidad

Según el Ministerio de Salud, en el 2017 se registraron 76,1 muertes maternas por cada 100 000 nacidos vivos, 15.9 de las muertes corresponden a adolescentes menores de 19 años. Las complicaciones durante el embarazo y el parto son la segunda causa de muerte entre las muchachas de estas edades, en todo el mundo (ONU)

Entre las principales causas de mortalidad materna están: (i) hemorragia obstétrica (42.6%), (ii) trastornos hipertensivos en el embarazo, parto y puerperio (22.7%), (iii) complicaciones no obstétricas (14.0%) y (iv) embarazo que termina en aborto (9.8%), estas cuatro causas dan cuenta del 89.1% de todas las muertes maternas. En el 2015 el

parto fue la principal causa de hospitalización, 23,611 (54.9%), seguida de las enfermedades y complicaciones relacionadas al embarazo (9.5%), embarazo terminado en aborto (6.8%). (Ministerio de Salud, 2017)

El organismo de la adolescente aún no está listo para tener un embarazo, ya que las reservas de vitaminas y nutrientes no los tienen en niveles adecuados, esto puede derivar en una anemia fisiológica.

Por otro lado, las relaciones sexuales sin protección se vinculan al riesgo de adquirir Infecciones de transmisión sexual, incluyendo el VIH y sida. En algunos casos la transmisión de dichas infecciones se encuentra fuera del control preventivo de las propias adolescentes ya que ésta se contrae en situaciones de abuso sexual.

1.2.2. Psicológicas y emocionales

Dentro de los riesgos de la salud, se encuentran aquellos que dañan la salud emocional de la madre. La gestación implica cambios en las actividades y roles de la adolescente. La sola circunstancia de saber que se está en un proceso de gestación puede generar depresión. No solo las propias preocupaciones e incertidumbres personales condicionan ese estado, en la mayoría de casos el entorno de la joven madre la margina y no le brinda el apoyo necesario para sacar adelante al nuevo integrante de la familia. En muchas ocasiones son castigadas y maltratadas por los mismos padres, cortándoles así la adolescencia. En otros casos, las adolescentes son echadas de sus casas y deben ellas mismas solucionar el problema. Algunas de ellas recurren al aborto clandestino, lo cual las expone a tener graves riesgo en su salud o a una muerte segura. Otras optan por abandonar a sus hijos una vez que estos nacen o darlos en adopción.

Desde el punto de vista intrapersonal, las madres pasan un proceso de adaptación al cambio y asumir que sus roles y actividades cambiarán, dejará de ser adolescentes para ocuparse cumplir los roles de madre. Asimismo, pasan existen cambios en su realidad inmediata. La pareja en la mayoría de casos se aparta una vez conocido el hecho, los amigos, la familia y la sociedad en general tienden a observarlas y muchas veces juzgarlas. Esto puede generar en ellas una baja autoestima, inseguridad y depresión. En algunos casos puede derivar en suicidio.

1.2.3. Sociales

En el ámbito del aprendizaje también se genera un impacto. Éste muchas veces determina el futuro de la joven madre o las posiciona en un escenario con menores oportunidades.

Según el ministerio de Educación, en el 2017 del total de alumnas matriculadas el porcentaje de adolescentes de 15 a 17 que son madres o están embarazadas por primera vez es del 7%, un número mayor al del 2016, 6.3%.

Del total de adolescentes que ingresan a la secundaria solo el 68% concluyen en el tiempo y a la edad esperada y sólo 5 de cada 10 adolescentes mujeres que viven en zonas rurales culmina oportunamente la secundaria. Siete de cada diez madres no querían quedar embarazadas y nueve de cada diez abandona la escuela, lo que triplica la deserción escolar respecto a las adolescentes que llegan a la edad adulta sin embarazos. Esta realidad disminuye sus oportunidades de desarrollo y las aleja de posibilidades laborales de mayor envergadura lo que a futuro disminuye sus capacidades de entrar al mercado laboral en mejores condiciones.

“El acceso de las mujeres a la educación y los servicios de salud beneficia a sus familias y comunidades, y los beneficios se extienden a las generaciones futuras. Un año adicional de educación puede aumentar el futuro ingreso de una niña hasta un 25%”. (António Guterres, Secretario General de la ONU).

1.2.4. Económicas

Oportunidades laborales

Si la madre adolescente vio limitada su educación la oportunidad de conseguir un trabajo formal se hace cada vez menor lo que puede llevarla a un círculo de pobreza.

El costo de mantener un embarazo y posterior crianza del niño es elevado y más aún cuando se es adolescente. Si se tiene el apoyo de los padres, el impacto en la economía de ellas es menor; sin embargo, el de los padres se ve afectado. Esto afecta la estabilidad familiar en términos económicos, ya que el ingreso destinado a los otros hijos disminuye y los somete a acceder a menos oportunidades. Asimismo, la salud de los padres se ve afectada emocionalmente lo que genera puede generar afecciones físicas y por ende un gasto extra que limita más la economía.

Las consecuencias económicas también afectan al desarrollo del país ya que las autoridades deben invertir más en cubrir las necesidades de estas poblaciones. Por todos

estos motivos es que el embarazo adolescente es considerado un problema público en el país.

1.3 Factores clave

La existencia de esta problemática tiene causales claros que inciden de manera directa al problema. Existen otros factores que de modo aislado no generan un gran impacto en el problema pero que sumados a otros puede agravar las condiciones para que la problemática surja.

Los factores clave del embarazo adolescente se pueden dividir en dos ambientes que rodean a nuestra población afectada: micro ambiente y macro ambiente.

En el micro ambiente tenemos aspectos culturales, percepciones, actitudes y comportamientos que forman una barrera para erradicar el problema y por el contrario lo agravan. Éstos provienen de los principales actores que rodean al adolescente, del adolescente, así como de la sociedad y su cultura.

En el ambiente individual del adolescente vemos factores sociales que repercuten en su estabilidad emocional lo que determina sus decisiones y acciones. La protección o no de su entorno, la falta de afecto, de guía, orientación los lleva a tener una baja autoestima. Esto los puede llevar a involucrarse en relaciones de pareja en la cual se tenga de condición el inicio de su vida sexual. Las pocas aspiraciones a futuro, la falta de un proyecto de vida, también incide a la hora de tomar decisiones.

Desde el ambiente interpersonal, el choque con sus pares y la presión que éstos ejercen los incita a querer demostrar su independencia, su hombría, la necesidad de reafirmarse como mujer y es el inicio de la vida sexual una forma de probarlo.

Por otro lado la exposición a factores de riesgo como el consumo de alcohol y drogas, la búsqueda de independencia, sentirse adultos los somete a mantener relaciones a una edad precoz, sin anticonceptivos o realizarlas bajo el efecto de dichas sustancias.

Como ya mencionamos anteriormente, sus padres muchas veces son una barrera para el acceso a la educación sexual, herramienta que les permitiría posponer la actividad sexual o hacerlo con cuidado. Asimismo, la vergüenza, desconfianza, inseguridad o el miedo a ser juzgados los limita a pedir orientación sobre esos temas, acceden a sus amigos quienes no son los indicados para aclarar sus dudas. Como ya mencionamos el acceso a la información por medios externos como el Internet los expone contenidos no

confiables falsos o a la industria de la pornografía. La cual sí los puede incitar a hacer efectivo el inicio de su actividad sexual y además de ello envía mensajes erróneos sobre la forma de ejercer las relaciones sexuales.

Por otro lado, en la escuela la educación sexual se empezó a impartir en el país desde el año 2008 y no se da en las mejores condiciones. Según un informe de la Universidad Cayetano Heredia y el Instituto Guttmacher revela que solo el 8% de docentes está apto para enseñar educación sexual integral. Se imparte pero no se tocan temas más profundos, la disposición de los maestros en algunos casos no es la óptima, o bien no comparten la idea o le es incómodo tocar el temas o no tienen las habilidades de comunicación necesarias para abordarlas.

Diversas organizaciones nacionales e internacionales también influyen en la problemática, pero de un modo positivo, ya que año a año buscan reducir la incidencia y han implementado campañas preventivas y asistenciales para lograrlo. Sin embargo, no ha sido necesario para hacer un cambio drástico y significativo.

En el macroambiente existen factores que también influyen en el comportamiento del adolescente.

La sexualidad no es mala, es una cualidad innata en los seres humanos. Sin embargo, según el psicólogo Edgardo Segil, vivimos en una sociedad donde la sexualidad es un tema tabú, pues se le asocia a la genitalidad, es decir, sexo placentero. Por eso argumentan que el tema debe tocarse hacia el final de la etapa escolar y “solamente para evitar embarazos”. La religión es un factor importante que mantiene la misma postura incluso considera que la sexualidad es inmoral. Muchas de sus ideas y reglas han sido adoptadas por nuestra sociedad y hasta el día de hoy condicionan muchas de nuestras conductas. Una muestra clara son los colectivos de padres que han surgido al respecto de la integración del enfoque de género en el currículo. La cual además incide drásticamente en el modo de impartir educación sexual. Dichas agrupaciones exigen que ninguna institución o actor externo toque los temas de sexualidad y género a sus hijos. De esto modo los somete a su no poder ejercer sus derechos, tales como el derecho a la libertad de expresión y de información. Asimismo, el abordaje en la escuela no es adecuado. “Un embargo, un tercio de docentes enseña que tener relaciones sexuales es peligroso y que deben evitarlas antes de casarse. Asimismo, los profesores se enfrentan a dificultades en esta materia: escasos recursos o materiales de enseñanza, poco tiempo disponible en clase y escasa capacitación. La capacitación en

ESI a profesores ha sido esporádica, o brindada principalmente por la cooperación internacional. Se necesita un programa de capacitación en servicio, de calidad y permanente. ”

La intervención del gobierno por buscar erradicar el problema también genera un impacto en ellos. Algunos adolescentes han podido acceder a los programas preventivos y asistenciales brindados por los aparatos estatales y ha se han visto beneficiados. Sin embargo la educación sexual que se imparte en los colegios carece de una adecuada articulación y presenta estrategias deficientes. Sin embargo, ha habido casos en los que las decisiones políticas no han contribuido en la búsqueda de reducir la incidencia.

Los medios de comunicación también influyen en las percepciones y comportamientos de los adolescentes. En la actualidad hay un gran vacío de contenido para niños y adolescentes en la oferta televisiva, a excepción del canal nacional que desde hace algunos años ha implementado programación especial para ellos. La mayoría de canales de señal abierta no producen contenido de calidad y de acuerdo a sus edades. Los canales más populares de la televisión producen contenidos que los adolescentes consumen pero que carecen de calidad y contenido adecuado para su edad. Un ejemplo de ello, son los programas reality de competencia en los que la belleza y el cuidado del cuerpo priman más que el conocimiento. Se muestran dinámicas entre los participantes que promueven la sexualidad más no brindan mayor orientación al respecto o brindan mensajes de orientación. No tener una guía sobre estas actitudes y comportamientos puede dar un significado contrario al que se quería comunicar. Los adolescentes pueden verse motivados a seguir el ejemplo de dichos personajes y perder el sentido de la responsabilidad a la hora de ejercer su propia sexualidad.

La tecnología es otro aspecto a considerar, ya que los adolescentes han nacido en su esfera y periodo de desarrollo pleno, vivimos en un mundo digital. Si bien los padres pueden tener un control sobre sus hijos, así como la escuela la tecnología y acceso a la información de internet les da total libertad y es un medio en el cual los adultos no tienen mayor control y dominio de uso. Este medio si bien les brinda muchos beneficios también los expone a muchas realidades e informaciones falsas que no contribuyen en la toma de decisiones.

Por último existen manifestaciones globales producto de muchos factores ideológicos que inciden radicalmente en el problema. Este es el caso de la desigualdad de género, el sometimiento a un escenario de desigualdad para las mujeres las posiciona en un lugar de desventaja. Usualmente son tomadas como objeto o propiedad, las sexualizan y las reducir a esos patrones. Los adolescentes pueden adoptar esta postura y verse afectados a la hora de relacionarse, de establecer acuerdos entre ellos. Los comportamientos tomados al conocerse la concepción sitúan usualmente en una situación de desventaja a las mujeres, son ellas quienes al tener la disposición biológica de gestar el bebé las que deben hacerse responsables del problema. Asimismo, los abusos sexuales surgen de esta desigualdad en la que la mujer siempre tiene se sitúa en un nivel inferior. Nuevamente son ellas quienes tienen que tomar la decisión de hacerse cargo o abortar y pasar por todo el proceso de daño psicológico que este tipo de violencia trae.

La adolescencia es una etapa clave en el desarrollo de una persona ya que en ella se consolidan conocimientos, valores, percepciones y actitudes iniciales de la infancia y a la vez se adquieren conocimientos nuevos que configuran percepciones, valoraciones y actitudes, es decir el pensamiento crítico, el cual que definirá su modo de comportarse respecto a situaciones externas y sucesos a los que irán enfrentándose hasta su etapa adulta y en adelante.

Durante este periodo se manifiesta un especial interés por el sexo, una actividad nueva que implica riesgos y conlleva una gran responsabilidad.

Por este motivo el manejo de la información respecto a la educación y orientación sexual cumplen un rol fundamental y decisivo en la prevención de embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual.

Una de las características particulares de la adolescencia es la búsqueda de emociones, de romper las reglas e de indiferencia a la propia seguridad. Según el Instituto Nacional de Salud, la corteza prefrontal, una región del cerebro asociada con la inhibición del comportamiento de riesgo, no se desarrolla completamente hasta cumplir los 25 años. (Expansión, 2011)

El inconveniente surge al tener como barreras las actitudes de rechazo y evasión del tema por parte de los actores más importantes en el desarrollo del adolescente, los padres. El desconocimiento, poco interés o concepciones conservadoras son factores que influyen en dichas actitudes.

La escuela, otro actor relevante tiene una postura de respaldo más no tiene el involucramiento y cobertura necesario para afrontar la problemática.

La cobertura integral de salud para los adolescentes por parte de las autoridades de salud y especialistas, actores clave del problema, se ha incrementado durante el 2017. Un punto a favor en el objetivo de reducir la incidencia de la problemática. Sin embargo, consideramos que éstos mantienen desde hace años el mismo modo y dirección de abordaje del tema así como la distribución de la información en cuanto a la educación sexual.

Existen muchas barreras para el acceso a métodos anticonceptivos por parte de los adolescentes. La distribución que debe ser gratuita no tiene una distribución adecuada. Para Heather Boonstra, del Instituto Guttmacher, respecto al caso de éxito de Estados Unidos en el que se redujo la incidencia en un 22%, la clave está en el mayor y mejor uso de anticonceptivos. Indica que el embarazo adolescente disminuye de dos maneras: o las adolescentes están teniendo menos relaciones sexuales o quienes están sexualmente activas están usando anticonceptivos y los están usando mejor. Los resultados de la investigación sobre el caso estadounidense son claros, el embarazo se reduce ante un mejor uso de los anticonceptivos.

Por todos estos motivos, muchos adolescentes recurren a otras fuentes de información como sus pares quienes se encuentran en la misma situación de duda y aprendizaje o acuden a Internet. Éste último no es el medio propicio pues la amplitud de ofertas informativas es variada y muchas veces errónea lo cual los lleva a tomar malas decisiones y ejercer su actividad sexual sin la prevención adecuada.

1.4 Problema identificado

De acuerdo a lo expuesto en los apartados anteriores se identificó tres problemáticas clave que configuran el problema priorizado. Sobre el cuál trabajaremos la propuesta de comunicación. En primer lugar, si bien uno de los actores clave más relevantes en la formación del niño son los padres, su desconocimiento, actitudes o prácticas en la mayoría de casos no aseguran que existirá una orientación adecuada hacia sus hijos sobre sexualidad, embarazo adolescente, educación sexual o métodos anticonceptivos. En muchos casos, los padres son una barrera para la solución del problema, ya que limitan el acceso a la educación sexual. En segundo lugar, el limitado acceso a la información de acuerdo al contexto hace que los adolescentes recurran a otras fuentes, como los amigos quienes se encuentran en el mismo nivel de conocimiento y en la mayoría de casos el Internet. Ésta última, es un medio beneficioso pero a la vez riesgoso, debido a la oferta variada de información que existe y que muchas veces resulta ser falsa, lo que confunde a los adolescentes aún más, exponiéndolos a tomar malas decisiones. Por último, creemos que si bien hay un respaldo y esfuerzo de parte las instituciones por cambiar la realidad no existe una distribución eficiente de la información en torno a la educación sexual. En los colegios, algunos maestros no tienen habilidades de comunicación para tocar el tema, no están de acuerdo o se muestran incómodos con ello. Las otras instituciones, gubernamentales o no gubernamentales en casi la totalidad de iniciativas de prevención (programas o campañas) buscan llegar a los adolescentes, situándolos en una posición pasiva. Por otro lado, la frecuencia de circulación no es permanente, las campañas se realizan una vez al año y se necesita que exista recordación, para que sea una acción más de su estilo de vida.

En resumen, la orientación casi nula por parte de actores clave, sumada a la fuente de información no fidedigna y las iniciativas bien intencionadas pero no efectivas. Nos hace considerar que el problema radica en el tratamiento de la información y comunicación de la educación sexual, ya sea por su ausencia (nulo o limitado acceso) y/o por la mala gestión que hacen de ella los principales actores, adolescentes, padres e instituciones (programas y campañas), siendo los adolescente los actores más importantes y en quienes recae el problema. Su participación e involucramiento en la problemática es clave. Por ello, la actitud pasiva que mantienen no ayuda a contrarrestar el problema.

Por este motivo nuestra campaña irá dirigida a los adolescentes. Se podría considerar como una buena opción, centrarnos en los padres ya que sus actitudes y prácticas suelen ser en muchos casos la barrera para lograr los objetivos. Sin embargo, creemos que los adolescentes se encuentran en una etapa en la que abandonan la dependencia de los padres, respecto a muchas decisiones y acciones. Están en un proceso de cambio, en el que forman su autonomía, carácter, criterio, capacidad de decisión y una actitud responsable ante los problemas. Deben ser conscientes de que toda acción conlleva una reacción y consecuencia. Deben hacerse cargo de su propia sexualidad, su mejor arma la educación sexual. Si no se cuidan podrían concebir un hijo. Un hijo hace más complicado el camino al logro de sus metas, sueños y proyecto de vida.

1.5. Análisis de la ONG PROMSEX

La campaña de comunicación, que en este documento proponemos, es organizada por el Centro de Promoción y Defensa de los Derechos Sexuales y Reproductivos – PROMSEX, bajo una de sus líneas temáticas de acción. Es importante por ello, hacer un análisis de la misma para entender sus motivaciones y decisiones para la ejecución de esta iniciativa.

Promsex, fundado en el año 2005, es una organización no gubernamental feminista, conformada por hombres y mujeres, profesionales y activistas cuya misión central es contribuir a la vigencia de la integridad y dignidad de las personas en el acceso a la salud sexual y reproductiva, la justicia y la seguridad humana, a través de la incidencia política, de la generación de conocimiento y de la articulación con otras organizaciones de la sociedad civil. Es una ONG con estatus consultivo ante la Organización de Estados Americanos (OEA) y ante el Consejo Económico y Social (ECOSOC) de Naciones Unidas.

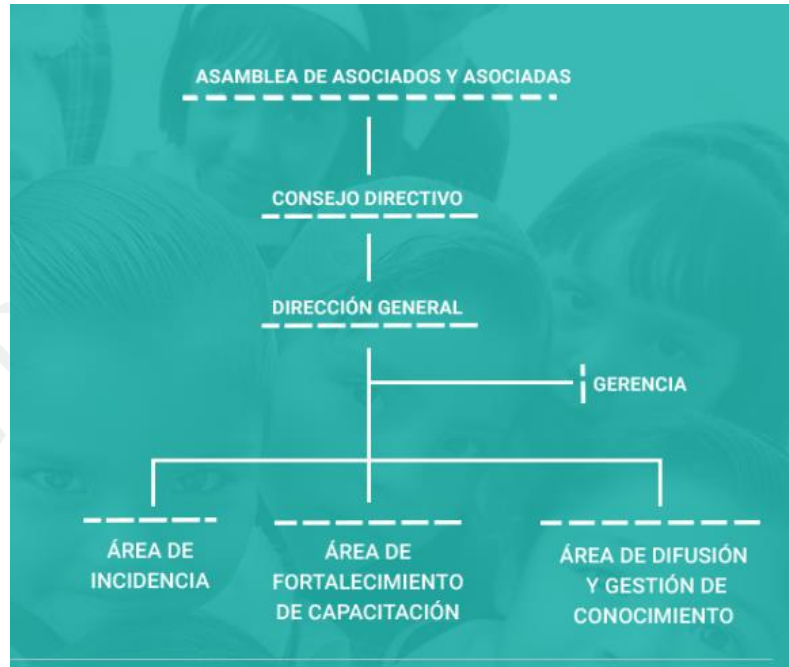
Tiene como visión, afianzar su liderazgo en el debate, la rendición de cuentas y la acción política para promover y defender la igualdad en la diversidad y el ejercicio pleno de los derechos sexuales y reproductivos, aportando con la sistematización de evidencia y la investigación y consolidando su prestigio nacional e internacional como una institución transparente y eficiente.

Trabaja en alianza con redes de cooperación de entidades locales, nacionales e internacionales, así como con la sociedad civil y empresarial. PROMSEX ha desarrollado procesos de incidencia política y pública, así como educativos con énfasis en los derechos de niñas, niños y adolescentes, haciendo énfasis en ejes temáticos de participación infantil, salud preventiva y prevención de la violencia. Por todo ello, año a año han recibido reconocimientos y acreditaciones internacionales.

Para cumplir los desafíos trazados siguen una estrategia de trabajo basada en seis líneas temáticas, éstas son:

- Despenalización del aborto: trabajan para evitar que las mujeres sean criminalizadas por su decisión de interrumpir un embarazo no deseado o forzado, y puedan acceder a servicios integrales, legales y seguros.
- Diversidad sexual (orientación sexual e identidad de género): abogan por la igualdad, el reconocimiento y la protección de la comunidad de lesbianas, gays, trans, bisexuales e intersexuales.
- Violación sexual: trabajamos por erradicar la violencia sexual, promoviendo políticas públicas para la prevención y atención integral de las víctimas en servicios de salud públicos.
- Trata de personas: realizan investigaciones para traer el tema a debate y poder rescatar a la mayor cantidad de personas posible de este terrible círculo de opresión.
- Salud sexual y reproductiva para adolescentes: mediante la educación sexual buscan prevenir embarazos no deseados en los jóvenes y adolescentes, para ello brindan acceso a información e insumos de métodos anticonceptivos modernos.
- Embarazo no deseado: promueven el acceso a la más amplia gama de métodos anticonceptivos modernos que se ajusten a sus necesidades y requerimientos. De este modo buscan que mujeres y hombres alcancen sus ideales reproductivos y vivan maternidades y paternidades deseadas.

En la actualidad, PROMSEX tiene una planta multidisciplinaria de profesionales integrada por 23 personas, así como el apoyo puntual de consultores: médicos, abogadas y periodistas. Su organigrama tiene la siguiente distribución:



La siguiente campaña es una campaña piloto que se propone como una de las estrategias de los programas anuales que se realizan para el logro de objetivos de las líneas temáticas: salud sexual y reproductiva y embarazo no deseado. Trabajaremos dentro del programa Empodera, el cual busca a través de charlas promover los derechos sexuales y reproductivos de las personas. Su marco de acción es la comunidad peruana en general. Éste varía de acuerdo al enfoque u objetivo en cada caso y no es excluyente. Cuenta con el respaldo de las instituciones gubernamentales, la cooperación extranjera y la empresa privada. La campaña tiene como objetivo principal, promover en los adolescentes el acceso a la educación sexual para prevenir embarazos no deseados y alcanzar con éxito sus proyectos de vida.

2. Estrategia de Comunicación

Para poder describir la estrategia es necesario mencionar los objetivos trazados.

2.1. Objetivos

Objetivo general

Promover el acceso a la educación sexual integral en los adolescentes para prevenir embarazos no deseados y cumplir sus proyectos de vida.

Objetivos secundarios

- Generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual en los adolescentes para prevenir un embarazo no deseado.
- Generar consciencia en los padres de familia sobre la importancia de la educación sexual integral para prevenir el embarazo adolescente y asegurar el futuro de sus hijos
- Visibilizar el embarazo adolescente como uno de los principales problemas de la sociedad.

Nuestra campaña en sí es una estrategia para poder solucionar o reducir la incidencia de la problemática a través de la comunicación. La misma contiene diferentes estrategias que presentaremos en este apartado; sin embargo, antes queremos aclarar que nuestra propuesta tiene una intervención distinta, ya que será una campaña piloto.

2.2 Campaña piloto

Justificación:

Se decidió elaborar el plan de una campaña piloto debido a dos motivos.

El primer lugar, tenemos dos acciones innovadoras que no tienen precedente en cuanto al alcance y a su aplicación. Implementarlas generarían un gran impacto, los cuales creemos serían muy beneficiosos y con resultados significativos. Ambas cumplen el mismo objetivo específico de comunicación; sin embargo, cada una de ellas va dirigida a dos sectores socioeconómicos de un mismo público y la constitución y dinámica de cada pieza concuerda mucho con estos dos perfiles. Para que obtener los resultados esperados necesitamos previamente probarlas en un segmento determinado que presente ambas características ya dichas. Por ello, hemos determinado un distrito cuyos habitantes comparten características similares, es un distrito que se sitúa en un nivel

socioeconómico ambivalente. Es decir que podemos encontrar poblaciones con un mayor acceso a recursos y tecnología que el otro, todo es un mismo lugar. La brecha es ligera pero los divide en alguno de esos aspectos. Esta particularidad responde a una de las brechas existentes en nuestro país. La estrategia y finalidad de esta campaña busca tener un gran impacto en la población a nivel nacional. Es por este motivo que se eligió dicho distrito, ya que éste conjuga características propias de dos segmentos presentes en todo el país. Quisimos por consiguiente evaluar a través de este público el impacto que puede tener y en base a esos resultados hacer algunos ajustes y así adecuarlos a cada distrito del país respondiendo siempre a sus particularidades.

En segundo lugar, Si bien Promsex es una organización de gran magnitud, reconocimiento, capaz de elaborar una campaña a mayor escala y cuenta con el presupuesto necesario para poder cubrir todos los gastos existen otro factor que ha hecho que se opte por tomar esta decisión. Creemos que el beneficio que estas dos piezas propuestas pueden brindar a la población deben ser tomadas como acciones definitivas y constantes, que formen parte de los programas y servicios oficiales del gobierno. Debido a que el embarazo adolescente es considerado como un problema de salud público debe ser el estado quien aplique dichos acciones. Más adelante desarrollaremos de modo más amplio y detallado la dinámica de estas piezas, los objetivos que cumplen y porque consideramos tendría un gran impacto.

Sobre la estrategia:

“La educación no solo es el arma más poderosa para cambiar el mundo también lo es para cambiar tu mundo” Desde esta premisa reafirmamos que la educación puede cambiar las circunstancias individual de toda persona y en la etapa de la adolescencia la educación sexual aún más. Es en esta etapa en la que surge un interés particular sobre la sexualidad, por ende conocer y aprender es necesario para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual.

El embarazo adolescente tiene muchas causas y para ellas existen sus respectivas soluciones. Entre las más efectivas de acuerdo a la experiencia están el uso de métodos anticonceptivos y el acceso a la educación sexual. Creemos que la mejor opción para nuestro público adolescente es la segunda, ya que es necesario abordar el tema de modo integral. “Mientras más se sabe menos riesgos caben” además ésta incluye en sus contenidos la promoción y descripción de los métodos preventivos anticonceptivos.

Respecto a las posibles causas del embarazo adolescente, el 26% de adolescentes considera que se debe a falta de información y desconocimiento sobre el uso de anticonceptivos. (Calandria)

“Casi la totalidad de los adolescentes considera que deben tener acceso a atención de salud sexual y reproductiva en los servicios y salud y que deberían recibir educación sexual integral en las escuelas” (Ministerio de Salud, 2017).

Según la evaluación sobre Educación Sexual a nivel nacional urbano, aplicada por IMASEN, el 82% de adolescentes considera que no está preparado para una vivencia plena y responsable de su sexualidad.

La mayoría de programas y campañas educativas preventivas no se hacen de modo constante, casi siempre es por la celebración de una fecha relacionada al tema y su duración e implementación duran lo mismo que dura la campaña. La educación sexual impartida en la escuela no está correctamente articulada. Los padres toman una postura de rechazo, prohibición o carecen de conocimiento. Los medios digitales brindan información en muchos casos errónea. El adolescente se encuentra en un estado de orfandad educativo. Estas son barreras que no hacen posible el cumplimiento del objetivo con resultados sostenidos. Es necesario que la educación sexual se integre en los estilos de vida de los adolescentes.

Existe una demanda insatisfecha que nuestro producto comunicacional busca solucionar.

Por ello, empoderar a los adolescentes a través de la educación sexual para prevenir embarazos no deseados y alcanzar sus metas de vida, es lo que se busca lograr en esta campaña. Que los adolescentes sean sus propios agentes de cambio y la educación sexual su herramienta aliada presente en sus estilos de vida.

Para lograrlo desde la intervención de la comunicación hemos optado por la promoción. Es así que nuestro objetivo principal es promover el acceso a la educación sexual en los adolescentes para prevenir embarazos no deseados y cumplir sus proyectos de vida.

La educación sexual no tiene que ser un elemento que sea visto como una obligación impuesta por la escuela, el gobierno o la vida sino que sea parte de su entorno habitual y

personalidad adoptando sus formas, dinámicas, expresiones y lenguaje. Este es aspecto relevante que tomaremos en cuenta en el diseño de las estrategias.

La generación actual tiene una personalidad y comportamiento distinto al de las generaciones anteriores. Nacieron en la era de la democratización de la información y la digitalización de los medios, en donde reina el internet y la interactividad. Si bien antes se podía ejercer mayor control sobre ellos hoy ellos tienen el poder que la libertad de dichos medios les da. Este escenario a pesar de tener apertura a muchos riesgos también tiene beneficios que son los que tomaremos para ejecutar con éxito la campaña.

2.3 Caracterización de las audiencias

Para tener una mayor comprensión sobre nuestra población afectada y entender el abordaje que haremos es necesario precisar sus características más particulares.

Según el Ministerio de Salud, la adolescencia inicia a los 12 años y termina a los 17. Este es un segmento de la población muy importante ya que representa el 15.34% de la población de Lima metropolitana entre hombres y mujeres de 11 a 17 años (1'007,1 personas). (Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública , 2017).

Pertenecen a la generación Z, sus principales actividades son de estudio y entretenimiento. Prefieren consumir productos comunicacionales audiovisuales o visuales. La mayoría cuenta con al menos dos cuentas en redes sociales, son usuarios recurrentes. El 71,2% de la población adolescente, de 12 a 18 años de edad, se conectan a internet, entre 5 a 7 veces en la semana y usan Smartphone principalmente. (Ipsos, 2017) Un 90.2 % de adolescentes entre 15 y 19 años utiliza internet para la búsqueda de información y actividades de capacitación. (Fondo de población de las naciones unidas). Según el perfil sociodemográfico del celunauta elaborado por INEI son ellos quienes personifican al celunauta peruano. De la totalidad de adolescentes del estudio, el 64% tenía un celular propio y el 87% pertenece al nivel socioeconómico C.

Respecto a su sexualidad cabe replicar lo ya mencionado en apartados previos:

Según un informe del Fondo de Población de las Naciones Unidas, el 19.7% de los estudiantes de secundaria refirieron haber tenido relaciones sexuales alguna vez en su

vida. Entre estos estudiantes, 46.7% tuvieron su primera relación sexual antes de los 14 años. Estos porcentajes son más altos entre los varones (28.3% han tenido relaciones sexuales y de ellos 50.9% antes de los 14 años), que entre las mujeres (11.1% han tenido relaciones sexuales y 36.1% antes de los 14 años).

“Casi la totalidad de los adolescentes considera que deben tener acceso a atención de salud sexual y reproductiva en los servicios y salud y que deberían recibir educación sexual integral en las escuelas” (Ministerio de Salud, 2017). Según la evaluación sobre Educación Sexual a nivel nacional urbano, aplicada por IMASEN, el 82% de adolescentes considera que no está preparado para una vivencia plena y responsable de su sexualidad.

Para esta campaña hemos reducido el ámbito de intervención y nos hemos centrado en escolares de secundaria de 4 colegios del distrito de Surquillo. Dicho distrito según APEIM pertenece a un nivel socioeconómico C.

2.4 Ámbito de intervención

Trabajaremos en 4 colegios públicos de nivel secundario ubicados dentro de la jurisdicción de atención del Centro de Salud Villa Victoria el Porvenir de Surquillo, un aliado de la campaña. Estos son: Colegio 6049 Ricardo Palma, Colegio 7014 Vasil Levski, Colegio Nuestra señora de Lourdes y Colegio La Divina Providencia.

Según APEIM, Lima Metropolitana se divide en 10 zonas de acuerdo a criterios de proximidad

Geográfica, características socioculturales, económicas y de estilo de vida. Surquillo se encuentra en la zona 8, junto con Barranco, Chorrillos y San Juan de Miraflores. Pertenece a nivel socioeconómico Bajo, un grupo que condensa el 31.7% de personas dentro de Lima Metropolitana. Si bien sus integrantes cuentan con un estándar más elevado a nivel educativo; las condiciones que los rodean no corresponden con lo que históricamente se ha establecido como clase media. Esta característica particular es esencial en cuanto a los factores que hemos detectado para elaborar una de nuestras estrategias. Como ya se mencionó, la elección del distrito es muy importante. Surquillo presenta zonas populares como residenciales, sus pobladores son muy diversos en cuanto a costumbres, comportamientos, percepciones, actitudes, valores y en cuanto al nivel educativo alcanzado. Podemos encontrar “ricos” y “pobres, un contraste necesario

para los fines específicos de la estrategia. En la estrategia de medios explicaremos a detalle el porqué de su relevancia.

Cabe precisar además, que la urbanización Popular “Villa Victoria” fue formada por una ex barriada y una comunidad que surgió de la unión de una invasión. Es una comunidad organizada con líderes comunitarios y muy bien articulada. Lo particular de esto es que la urbanización próxima a ellos contrasta significativamente. Es una urbanización residencial, con estatus económico mayor; sin embargo, carece de la envidiable organización social de Villa Victoria. Así de diverso es el distrito elegido.

Otro punto importante a resaltar se basa en la entrevista y encuestas realizadas. En la entrevista la licenciada Mercedes Viera, asistente social del Centro de Salud Villa Victoria nos comentó que existe un buen número de padres de familia de adolescente provenientes de Villa Victoria y alrededores de Surquillo que mantiene un pensamiento conservador sobre la sexualidad. Se muestran reticentes ante la intervención de los especialistas sobre sus hijos. Considera que la religión y el desconocimiento (por ende temor) hacen que mantengan una conducta de rechazo a la educación sexual. (Viera, 2017)

2.5 Duración

La campaña tendrá una duración de dos meses. Irá desde abril (segundo mes del año escolar) hasta fines de mayo del 2019. Posterior a ello se evaluarán los resultados durante el mes de junio para poder en base a ellos adaptarla a los diferentes departamentos del país. Como ya se mencionó anteriormente ésta es una campaña piloto, que busca tener una intervención a mayor escala en beneficio de los adolescentes del Perú. Dicha campaña irá desde el mes de agosto hasta fines de setiembre, cerrando las actividades en la semana de prevención del embarazo adolescente organizada anualmente por el Ministerio de Salud.

2.5 Aliados

- Colegios 6049 Ricardo Palma, 7014 Vasil Levski, Nuestra señora de Lourdes y 7089 La Divina Providencia
- Centro de Salud Villa Victoria El Porvenir
- Municipalidad de Surquillo

- UGEL 07

2.6 Públicos Objetivos

Público objetivo primario

Adolescentes de 12 a 17 años de 4 colegios públicos del ámbito de jurisdicción del Centro de salud Villa Victoria El Porvenir en el distrito de Surquillo

Público objetivo secundario

- Padres de familia
- Comunidad escolar
- Población en general
- Medios de comunicación

2.6.1 Comportamiento del público objetivo primario

Comportamiento actual	Comportamiento ideal	Comportamiento factible
Actitud positiva: Consideran que la educación sexual es importante para ellos pero no tienen un acceso integral y condiciones óptimas de aprendizaje. Percepción: Consideran que solo es parte de la educación general que brinda la escuela, no una herramienta que puedan usar en cualquier momento. Acceso y medios: No tienen un medio específico y confiable por el cual acceder y aprender. Sobre el embarazo: creen que es algo que no les va a pasar (se sienten inmunes).	Son conscientes de las consecuencias que puede generar un embarazo en sus vidas por ello aprenden como evitarla a través de la educación sexual integral, la cual está presente en sus estilos de vida. Acceden a ella como medio de consulta, utilizan plataformas oficiales confiables para acceder a ella y con ella toman decisiones respecto a su sexualidad y planes de vida.	Los adolescentes consideran a la educación sexual como medio confiable de consulta para prevenir embarazos y así lograr sus planes a futuro.

2.7 Mensajes

Se busca generar consciencia sobre el impacto de un embarazo en la adolescencia y cómo la educación sexual como prevención puede ayudar a evitarlo. Haremos mayor énfasis en los beneficios racionales y emocionales que se obtienen al evitarlo. Sin embargo, si bien reforzaremos los aspectos positivos preventivos se mostrarán algunos contrastes necesarios.

Asimismo es importante no dar a entender que la educación sexual integral es mejor que la asesoría de los padres o que la de los especialistas y maestros; por el contrario, se busca mostrar a la educación sexual como una herramienta beneficiosa para todos los actores.

Un punto importante es que no se asocie a la educación sexual como una obligación o una asignatura más, propia de las tareas y deberes sino como una aliada accesible confiable y confidente que les absuelva las dudas.

Es importante también posicionar a la educación sexual como una herramienta que nos permita concretar nuestros proyectos de vida. Así como mostrar los beneficios de la planificación.

Lema	“Activa la educación sexual, vive tus sueños no un embarazo”
Mensajes para adolescentes	
Mensaje principal	✓ Educación sexual: tu mejor aliado para evitar un embarazo ✓ Activa la educación sexual, consigue un aliado para evitar un embarazo
Mensajes secundarios	✓ Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia ✓ Activando la educación sexual es más fácil cumplir tus metas ✓ La educación sexual bloquea el paso al embarazo ✓ Cumple tus metas, no les des paso al embarazo

	✓ Prevenir para vivir
Mensajes para padres	
Mensaje principal	✓ Un embarazo no deseado tu hijo puede evitar si accede a la educación sexual ✓ La educación sexual y los padres, los mejores aliados para la prevención. ✓ Seamos cómplices en la prevención.
	✓ La educación sexual es una herramienta que nos ayuda a guiar a nuestros hijos ✓ Antes de encontrar información falsa en la web, oriéntalos sobre su sexualidad.
Mensaje para la comunidad	
Se mostrarán datos de impactos. Se presentará el lema en todas las piezas Se mantendrá el mismo enfoque con un mayor énfasis en los datos estadísticos.	✓ Cada día 160 adolescentes dan a luz en el país. ✓ En el 2017, 14 de 100 adolescentes fueron madres. ✓ el 82% de adolescentes considera que no está preparado para una vivencia plena y responsable de su sexualidad ✓ Siete de cada diez madres no querían quedar embarazadas ✓ Solo el 23% de adolescentes afirmó haber recibido alguna información de sus padres.

2.8 Líneas de trabajo

1. Prevención del embarazo adolescente

Se busca generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual integral en los adolescentes para prevenir embarazos no deseados. Se pretende generar impacto en todos los actores y públicos. Se realizarán estrategias, informativas, educativas y participativas. Entre ellas, charlas, talleres, dinámicas, actividades participativas y de entretenimiento, la producción de información y comunicación en las diversas plataformas que usaremos son clave para hacer llegar nuestros mensajes.

Asimismo se busca promover el acceso a la educación sexual integral en los adolescentes para prevenir embarazos no deseados. Un punto importante a desarrollar es el impacto de este suceso en sus proyectos de vida. Éste se utilizará como estrategia para complementar las existentes y así cumplir con éxito el objetivo.

2. Incidencia pública

Se busca visibilizar y generar consciencia sobre la problemática. Asimismo se busca generar una corriente de opinión que resalte la importancia de la educación sexual para prevenir un embarazo adolescente. Para ello, se trabajará con la participación de voceros especializados de la ONG en los medios de comunicación. Además de ello, trabajaremos una estrategia de difusión redes sociales.

2.9 Estrategias y actividades

En este apartado haremos mención de todas las estrategias y actividades de modo breve. Posterior a ello en la sección de medios y contenidos explicaremos a detalle cada una de ellas.

Estrategia 1: Educación y producción de información

Educación e Información sobre el embarazo adolescente y la educación sexual:

Se busca complementar los conocimientos previos que existen sobre la problemática y promover una actitud positiva ante la educación sexual.

Se impartirá educación sexual integral para prevenir embarazos no deseados. La dinámica que ésta presente será clave, ya que su desarrollo será evidencia y demostración de la esencia que tiene. Como dijimos antes, buscamos que la educación sexual sea vista como una herramienta aliada disponible y presente en la vida de los adolescentes. Se busca que tengan una buena disposición y actitud hacia ella.

Asesoría e información sobre planificación de los planes de vida:

Se elaborarán algunos contenidos sobre cómo pueden planificar sus proyectos de vida o sueños. Tener una visión clara de lo que uno busca lograr cuando sea grande fortalece las habilidades de toma de decisiones y responsabilidad. Querer lograr un objetivo genera apasionamiento y el embarazo es un obstáculo para poder cumplirlo. Por ende reforzaremos ese aspecto a través de una de nuestras piezas que contendrá información relevante. Los contenidos irán en ese medio así como a través de una dinámica.

Todas las piezas que contengan contenido informativo o educativo tendrán un enfoque de eduentretenimiento. Los mensajes serán breves, interactivos, entretenidos y muy visuales. El lenguaje será coloquial y sin muchos términos técnicos. En todo momento se busca que el contenido te transmita un tono familiar que inspire confianza y complicidad, cual si fuera un amigo. Los medios sobre los que éstos se distribuirán son presenciales y virtuales y tendrán una dinámica lúdica, interactiva e inmersiva ya que se

introducirá en el entorno natural y habitual de los adolescentes. Las coordinaciones para una correcta implementación se realizarán con el apoyo de la UGEL 07

Actividades:

1.1 Charlas, talleres y dinámicas: se trabajará con padres, profesores y adolescentes.

Realización de charlas y talleres: se propone primero trabajar capacitaciones con los profesores y padres para que sean refuercen sus conocimientos y habilidades y sean ellos quienes guíen el aprendizaje de los adolescentes. Posterior a ello, se realizarán las charlas y talleres para adolescente.

1.2. Producción y entrega de materiales educativos para profesores:

Para los profesores se brindará una guía informativa y educativa con dos partes: En la primera parte se brindará una breve descripción de la campaña, su programación y el rol que cumplen ellos al respecto. En la segunda parte (80% de la guía) se brindará una guía sobre métodos, estrategias, propuestas de trabajo e ideas creativas para trabajar con los alumnos en clase y durante los talleres y dinámicas.

1.3. Producción y entrega de material educativo e informativo para adolescentes

Para la distribución de dichos contenidos usaremos medios no tradicionales, escogimos accesorios u objetos comunes de uso habitual de los adolescentes para que sean soporte de los contenidos. Los folletos son medios que usualmente se leen una vez y luego se descartan ya que solo tienen un solo uso, informar. Queremos que los contenidos lleguen de un modo interactivo, divertido y sobre todo que tenga un carácter amigable.

Por ello decidimos usar las siguientes alternativas:

Medios interactivos

- ☐ App para celulares
- ☐ PopSocket de contenidos educativos e informativos
- ☐ Videos

Medios físicos

- ☐ Calendario de mesa
- ☐ Agenda/Planner
- ☐ Tomatodo con mensajes clave y Call to action.

También se usarán medios tradicionales pero en una menor proporción. Entre ellos, folletos informativos y educativos.

1.4. Volanteo material educativo e informativo para la comunidad en general

Para el objetivo de visibilización de la problemática y la toma de consciencia se producirán contenidos gráficos diseñados exclusivamente para ser usados por medios digitales. A través de las redes sociales. Entre ellos:

- ☐ Pestaña de página web
- ☐ Piezas gráficas
- ☐ Videos cortos
- ☐ Gifs

1.5. Producción y entrega de material educativo e informativo para padres

Para los padres se brindará un cuaderno con información resumida sobre el problema y educación sexual. Éste también contará con espacios en blanco con indicaciones para poder mantener un registro de las actividades, factores de riesgo, particularidades de personalidad y aspectos que consideren necesarios tener en cuenta sobre sus hijos. Así poder fortalecer los lazos y comunicación que tienen con ellos a través del aprendizaje.

Estrategia 2: Movilización social

Buscamos generar espacios de discusión, socialización, participación e involucramiento a nivel intelectual, emocional, actitudinal y práctico. Para ello a través de eventos o acciones buscaremos movilizar a la comunidad participativa de la campaña.

Objetivos:

- Generación de espacios de reflexión, diálogo e involucramiento.
- Generación de espacios de comunicación y acceso para adolescentes.
- Consolidación de los conocimientos y motivaciones adquiridos.

Son cuatro piezas distintas, las dos primeras corresponden a una sola actividad y las otras son individuales. Las dos primeras corresponden a la campaña de intriga que aperturará la campaña general. La tercera es la generación de un espacio/medio de comunicación y acceso y la última buscará consolidar los conocimientos y cumplir los 4 objetivos trazados.

2.1. BTL: Implementación de la línea telefónica gratuita de asesoría, consultoría y orientación sobre sexualidad para adolescentes.

BTL: “La discoteca”

2.2. Campaña de intriga: BTL “El embarazo visita el cole”

2.3. BTL: Conversatorio con influencers

Estrategia 3: Interacción y difusión en redes sociales

Esta estrategia tiene dos líneas de trabajo respecto al público.

La primera es la interacción y está dirigida a los adolescentes.

La segunda es la difusión y está dirigida específicamente a la comunidad en general. No tendrá involucramiento con las actividades participativas de los adolescentes. En este medio digital difundiremos contenidos informativos y educativos relacionados

totalmente con el embarazo adolescente y con la educación sexual como medio ideal de prevención.

Utilizaremos las redes sociales más populares, usadas en el país. Las seleccionadas son: Facebook, Twitter, Instagram y crearemos una pestaña extra en la página oficial de Promsex. Los contenidos audiovisuales tendrán como plataforma de soporte YouTube; sin embargo, no estamos tomando en cuenta a esta red social como un objetivo tan solo como soporte de contenido y medio para el monitoreo y evaluación. Buscamos en esta estrategia generar engagement entre el público y los contenidos de la campaña.

Actividades:

Interacción:

3.1 Creación de grupo de Facebook diseñada para la realización del concurso intercolegial. Participarán todos los escolares pertenecientes a los 4 colegios. A través de este medio se llevará a cabo el concurso de retos. El cual busca brindar y reforzar conocimientos, consciencia sobre la problemática y sobre la educación sexual mediante juegos, retos y un motivador premio.

3.2 Creación de página de la pestaña adicional exclusiva para la campaña en la página oficial de Promsex. En este medio se presentará de manera más amplia toda la información a través de contenidos gráficos y audiovisuales. Todas las piezas tendrán la misma línea gráfica de la campaña generar atracción.

3.3 Publicación de contenidos en la página de Facebook e Instagram de la ONG

3.4. Inversión publicitaria para video en Facebook de la ONG: éste contendrá testimonios breves de 4 adolescentes (abordaje no directo), datos y cifras de la situación actual del embarazo adolescente y mensaje de consolidación. Se invertirá en una pauta publicitaria para llegar a más personas.

3.6 Publicaciones en Twitter de la ONG: para que los mensajes de la campaña tengan un mayor alcance utilizaremos los hashtag #DesactivaElEmbarazoAdolescente #ActivaLaEducaciónSexual #ViveTusSueñosNoUnEmbarazo Se utilizará Twitter

como medio para generar diálogo y opiniones respecto a la problemática también se compartirán las imágenes de impacto y contenido de calidad que estarán enlazados con todas las plataformas digitales.

Estrategia 4: Vocería

Se elaborará información y mensajes clave personalizados para personajes de interés. Los cuáles serán aliados clave para el logro de objetivos. Ellos serán nuestros embajadores de campaña. Se busca generar una corriente de opinión a través de su participación

Actividades:

4.1 Mapeo de líderes de opinión para que contribuyan como embajadores de campaña en la difusión de los mensajes. El público al que queremos llegar es la comunidad en general.

4.2 Informar a medios de comunicación sobre la campaña: a través de notas de prensa
Buscamos proveer información sobre la campaña.

4.3 Mapeo de influencers para que contribuyan como embajadores de campaña en la difusión de los mensajes a través de las redes sociales. El público al que queremos llegar es a adolescentes. Éstos personajes también participarán en una de las actividades mencionadas anteriormente.

3. Propuesta Creativa

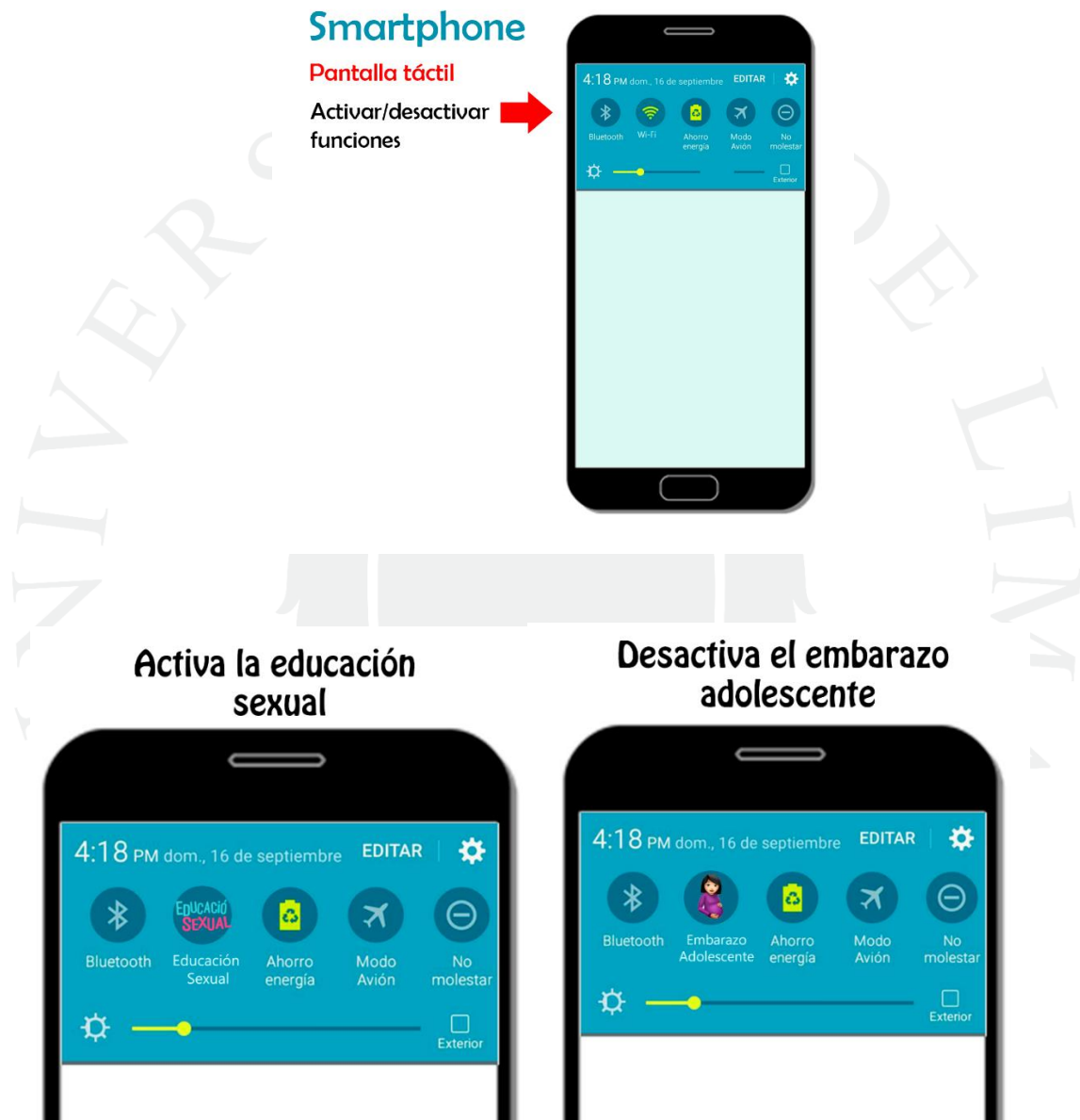
Nuestra campaña es de carácter preventivo y tiene un enfoque educativo. Para lograr que se pueda movilizar de modo efectivo apelaremos a un concepto creativo. Como ya mencionamos promoveremos la educación sexual como medio que brinda la solución. Existen injustamente algunas asociaciones valorativas que se le da a veces a la educación por parte de los escolares. Algunas de ellas son: tedioso, repetitivo, obligatorio y aburrido. Buscamos en todo momento separarnos de esta percepción, por ello para elaborar nuestro concepto nos hemos basado en momentos, motivaciones ocultas, dinámicas y acciones propias del entorno adolescente.

Para efectos de la conceptualización es importante indicar lo siguiente: Los adolescentes tienen una buena actitud hacia la educación sexual, consideran que es beneficiosa para ellos; asimismo, saben que tener un hijo a su edad les puede generar muchos problemas. Sin embargo, no son conscientes del impacto que puede generar un embarazo a su presente y futuro y de lo simple que puede resultar concebir un hijo si es que no se accede a la educación sexual y su orientación sobre métodos de prevención. Por este motivo, es importante que las actividades y piezas llamen su atención.

Para formular el concepto creativo hemos identificado que el medio al que más acceden y que además es su medio de apoyo y orientación ante las barreras que forman los padres y escuela respecto a la información y educación sexual, es el internet y su entorno digital.

Por ello decidimos trabajar con el lenguaje digital y virtual para trasladar nuestros mensajes.

Utilizaremos la función activar/desactivar propio de los dispositivos digitales tales como los Smartphones para desarrollar nuestro concepto.



Al activar una función en el celular te permite hacer todas las acciones que desees respecto a ella. Entre las más populares están: activar el Wi-Fi y los Datos. Así puedes usar internet y hacer miles de actividades. Este mismo poder que te da un solo toque o acción es el que queremos denotar de nuestra estrategia principal.

La campaña girará en torno al poder que la educación sexual te da. “Cuando activas la educación sexual en tu estilo de vida puedes acceder a toda la información necesaria sobre tu sexualidad, métodos preventivos y más lo que te permite evitar un embarazo adolescente, ETS y cumplir tu proyecto de vida.”

De este modo, al activar la “educación sexual” te proteges de un embarazo no deseado **(motivación racional)** y haces posible **(motivación emocional)**:

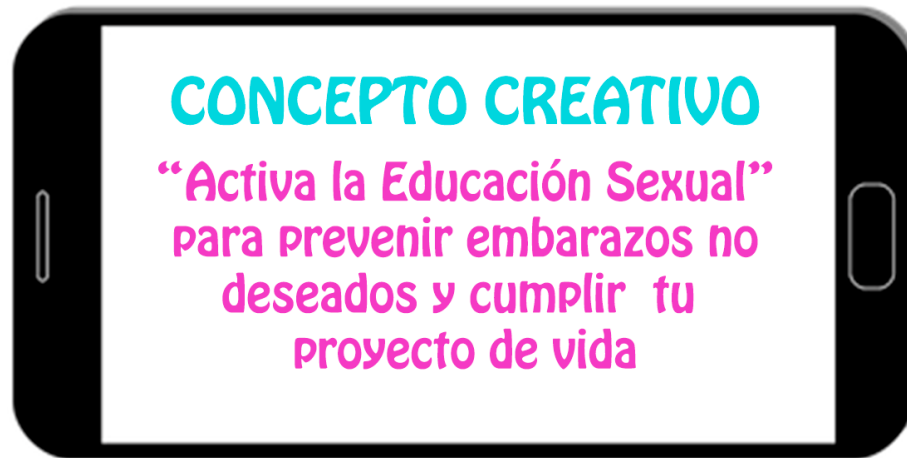
- Vivir tu adolescencia plenamente
- Estudiar
- Hacer deporte
- Hacer tus pasatiempos y pasiones
- Divertirte
- Cumplir tus metas
- Ser profesional
- Todo lo que desees lograr

Vives tranquilo y
sin complicaciones
Puedes cumplir tus
sueños

Del mismo modo “Desactiva el embarazo adolescente” logra los mismos resultados
Es cuestión de tomar una decisión y acción.

Este es el concepto que queremos transmitir en todas nuestras piezas y acciones. De este modo, hablando en el lenguaje digital, un lenguaje adolescente logramos atraer su atención y hacer que los contenidos sean digeridos fácilmente.

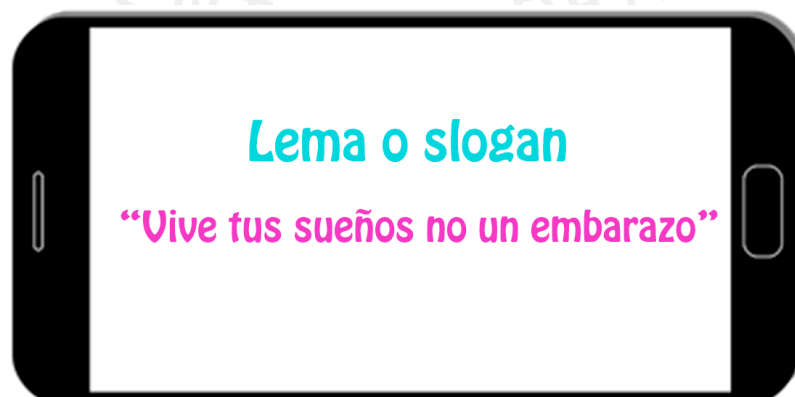
3.1 Concepto creativo



Toda la campaña tendrá esta dinámica interactiva y usará términos digitales, el lenguaje será **amigable y coloquial** y el tono en todo momento **divertido**. Usaremos los colores del “Pop art” tonos fuertes y contrastantes. Además de ello, buscaremos presentar los contenidos en plataformas, accesorios u objetos propios del adolescente. Como dijimos buscamos adaptarnos a su entorno y personalidad.

En todas las piezas mostraremos los escenarios que pueden suceder cuando se activa la educación sexual o no en la vida de los adolescentes. Este será el hilo conector de todos los productos comunicacionales. De este modo se podrá notar claramente los beneficios de acceder a la educación sexual. Sobre todo en la problemática del embarazo adolescente.

El lema de la campaña es: Activa la educación sexual, vive tus sueños no un embarazo.



3.1.1 Plan de medios

Objetivos	Estrategia	Actividad	Pieza	Cronograma							
				S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
Promover el acceso a la educación sexual integral en los adolescentes para prevenir embarazos no deseados y cumplir sus proyectos de vida.	1. Educación y producción de información	1.1 Talleres y Charlas 1.2. Entrega de material para profesores 1.3. Entrega de material para adolescentes	Talleres y Charlas para profesores	x	x						
			Charla, talleres y dinámicas para adolescentes			x	x	x			
			Guía para profesores	x							
			Cuaderno didáctico “Activa la Educación Sexual”			x					
			Agenda “Fórmula para cumplir mis sueños”					x			
			Video “aplica la educación sexual: Historias”			x	x	x			
			App Móvil					x			
			Pop Socket					x			
			Calendario de mesa								x
			Tomatodo								x
Generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual en la prevención de un embarazo adolescente	2.Movilización social	2.1.BTL	Implementación de la línea telefónica gratuita					x			
		2.2.BTL	La discoteca								x
		2.3.Campaña de intriga (BTL)	BTL: El embarazo visita el cole		x						
		2.4.BTL	Conversatorio con influencers					x			
Visibilizar el embarazo adolescente como uno de los principales problemas de la sociedad.	3.Interacción y participación En redes sociales	3.1Creación de grupo de Facebook	Concurso intercolegial				x	x	x		
		3.2Lanzamiento De extensión de página web	Extensión de página web				x				
		3.3Publicaciones en fanpage e Instagram	Publicaciones varias				x	x	x	x	
		3.4 Invertir en video para Facebook Video	Video				x				
		3.5: Publicaciones en Twitter	Publicaciones con contenido de Calidad (imágenes de impacto, debate, infografías, etc.)				x	x	x	x	
	Vocería	4.1 Mapeo de líderes de opinión	Difusión de contenidos seleccionados en medios de comunicación.				x	x	x	x	
		4.2 Mapeo de influencers	C Difusión de contenidos seleccionados en redes sociales				x	x	x	x	
Generar consciencia en los padres de familia sobre la importancia de la educación sexual integral para prevenir el embarazo adolescente y asegurar el futuro de sus hijos	Educación y producción de información.	1.1Talleres y Charla	Taller y dinámica para padres		x	x					
		1.4.Entrega de materiales para padres	Cuaderno interactivo “	x							

Para desarrollar la actividad 1 de la estrategia 1 se propone:

➤ Charla y talleres para profesores:

Los profesores al igual que los padres cumplen un rol vital en la orientación y educación para la prevención del embarazo adolescente. Están en contacto con ellos la mayor parte del día.

Se realizarán dentro de las dos primeras semanas. Dos días por semana dentro del mismo colegio. Se desarrollarán antes de iniciar los talleres para adolescentes. Un especialista del equipo de Promsex los capacitará. Se les entregará un certificado de participación al término de las actividades. Los materiales de apoyo serán; manual para docentes, videos y ppt.

Charlas

- Chala previa: dirigida a explicar la campaña, el abordaje y sus objetivos.
- Charla: Actualización sobre las metodologías de la educación sexual (en dos partes)
- Taller: “Comunicación eficaz para tópicos de educación sexual con adolescentes”

➤ Charla, talleres y dinámicas para adolescentes:

Los medios serán presenciales y virtuales. Iniciarán en la tercera semana. Serán impartidas por dos profesores capacitados previamente. En cada uno de los colegios. Se escogió más de uno para variar estilo metodológico propio de cada profesor y máximo dos para mantener un orden y familiaridad en los adolescentes.

Charlas, talleres y dinámicas para adolescentes:

- Temas: Embarazo adolescente, Educación sexual: sexualidad, relaciones de pareja, métodos preventivos, mitos y realidades.
- Proyecto de vida: planificación, proyecto, sueños y metas.
- Charla: “Educación sexual, el mejor aliado para evitar un embarazo no deseado”

Se realizará en la semana 3 y tendrá una hora y 20 de duración y será impartida por un especialista de Promsex. Se dará a conocer la realidad de la problemática en el Perú, las principales causas, sus consecuencias e impacto en la vida de los adolescentes, su familia, entorno y en la sociedad. Para ello utilizaremos datos y cifras de mayor impacto, imágenes y recursos didácticos de exposición. Se entregará el cuaderno didáctico interactivo para adolescentes.

Para complementar, aclarar y brindar conocimiento sobre la educación sexual se brindarán talleres sobre sexualidad y educación sexual.

- Taller y dinámica: Educación sexual “conversemos sin paltas”

Se realizarán 4 sesiones en total, dos sesiones por semana. Cada sesión tendrá una hora y media de duración y se dividirá en dos partes, durante la primera hora se desarrollarán los temas y contenidos y en la última media hora se realizará una dinámica participativa para consolidar lo aprendido de modo práctico. La última sesión se realizará en dos horas, ya que se tocarán dos temáticas relacionadas. Se realizarán en la semana 3 y 4. Estarán a cargo de 2 profesores capacitados por colegio.

Respecto a la programación de contenidos, se trabajará bajo cinco líneas temáticas sobre el desarrollo adolescente y su sexualidad.

Éstas son:

- 1) Conoce tu cuerpo
Los cambios físicos y psicológicos en la adolescencia, tanto en hombres y mujeres. El funcionamiento de los aparatos reproductores.
- 2) El embarazo adolescente, ETS y la sexualidad
El embarazo adolescente, causas y consecuencias, enfermedades de transmisión sexual, situaciones de riesgo, mitos vs realidades.
- 3) Aprende a protegerte
Métodos y consejos de prevención y aliados en tu sexualidad.
- 4) Derechos sexuales y reproductivos
- 5) Autoestima y habilidades sociales

Para las dinámicas se utilizarán videos que mostrarán situaciones de riesgo y testimonios con los contenidos temáticos inmersos. Se armarán grupos para elaborar soluciones, la actividad es a modo de competencia. El grupo ganador obtendrá puntaje para el concurso digital interescolar. Asimismo, se realizarán dinámicas de juego grupales.

Al finalizar la campaña, en base a este taller, se hará un análisis del ecosistema escolar por salones para así identificar debilidades y fortalezas del grupo respecto al tema y en base a ello trabajar los temas de educación sexual programados en el currículo escolar anual.

- Taller y dinámica: “Cumplir mis sueños” Planifico mi futuro para lograrlo sin complicaciones.

Se realizarán dos sesiones en total, durante la semana 5. Cada taller tendrá la duración de una hora y veinte minutos. Se busca motivar a los adolescentes respecto a la planificación de su futuro, sus sueños y metas y generar consciencia sobre el impacto del embarazo en sus vidas y su futuro.

-Se trabajará sobre motivaciones y planificación de la vida futura, en los que se desarrollará: planificación de metas y sueños, los cambios y obstáculos y la resiliencia.
-Asimismo, se trabajará en el empoderamiento personal en el que se desarrollará: habilidades intrapersonales, tipos de inteligencia, talentos, pasiones y valores.

- Charlas y talleres para padres.

Esta actividad es parte de la estrategia desarrollada en este apartado; sin embargo cumple el objetivo secundario 4. “Generar consciencia en los padres de familia sobre la importancia de la educación sexual integral para prevenir el embarazo adolescente y asegurar el futuro de sus hijos.”

Se trabajará habilidades que los ayuden a manejar la temática de un modo efectivo con sus hijos adolescentes, ya que el rol que cumplen en la problemática es clave.

Se trabajará bajo dos líneas temáticas a través de una charla y un taller:

- Charla: “Educación sexual: ¿cómo manejarla con mis hijos?”

Educación sexual para reforzar conocimientos y aclarar mitos o percepciones erradas que configuren una barrera en la solución del problema. El rol de respaldo y orientación.

- Taller: “Conociendo los hábitos digitales de mis hijos” TICs en el entorno digital de los adolescentes.

Los adolescentes nacieron y viven en un entorno digital. Dominan a la perfección sus dinámicas y lenguaje. Es por ese medio en donde encuentran respuesta a las dudas que los adultos o la escuela no les brinda o quieren dar. Los padres no tienen un control sobre ello. Sin embargo, ante la barrera existente es mejor unirse antes que confrontar. Por ello proponemos que se desarrolle un taller específico para conocer y entender en el entorno digital y aprender el manejo sus plataformas o medios. Asimismo, dar a conocer la dinámica y relación que tienen sus hijos con el mundo digital. Se busca a través de este aprendizaje, reforzar habilidades de comunicación y empatía para así poder mejorar la relación, establecer un espacio de respeto y confianza y afianzar los lazos que tienen los padres con sus hijos.

En la actividad 2 de la misma estrategia, se realizará:

- Producción y distribución de materiales para adolescentes

Los medios informativos no serán tradicionales, como ya mencionamos antes, buscamos que la información esté presente en sus estilos de vida y espacios habituales. Por ello las plataformas físicas de soporte serán objetos de uso cotidiano o propio de los adolescentes. Los folletos son medios que usualmente se leen una vez y luego se descartan ya que solo tienen un solo uso. Queremos además que la información llegue de un modo interactivo, divertido y sobre todo que tenga un carácter amigable. Por ello decidimos usar plataformas alternativas. Entre ellas:

Medios interactivos

- App para celulares

Esta pieza es uno de los motivos por el cual se definió que la campaña sea piloto. Este producto junto con la línea telefónica gratuita de orientación y consejería anónima para adolescentes buscan solucionar una demanda insatisfecha, el acceso a la información por un medio confiable y con la seguridad de proteger su integridad con respecto a la privacidad motivada por el pudor y recelo. Esta pieza puede resultar ser excluyente; sin embargo la implementación por este entorno digital es necesario ya que es un medio de uso frecuente de los adolescentes, si buscamos promover el acceso a la educación sexual, una buena forma de lograrlo es introduciendo de modo amigable y entretenido los contenidos que lo ayuden a satisfacer la demanda mencionada anteriormente. Este tipo de aplicaciones móviles tiene precedente en otros países más no en el nuestro y debido a la proximidad de uso, frecuencia e interacción de los dispositivos digitales y la posibilidad de uso personal y anónimo por parte de los adolescentes resulta propicio brindar utilizarla como medio de acceso. Por ello, consideramos que debía ser probada antes para así ver los resultados exactos y modificar lo que sea necesario en la implementación a nivel nacional, que es lo que se busca lograr y para esa oportunidad a través de las entidades oficiales y gubernamentales del Estado.

Objetivos:

- ✓ Brindar una plataforma digital para que los adolescentes puedan informarse y aprender sobre sexualidad sin temor y con total confianza.
- ✓ Reforzar el conocimiento que tienen los adolescentes sobre la sexualidad
- ✓ Aclarar mitos y creencias falsas.
- ✓ Promover el cuidado de la salud sexual y el ejercicio de la sexualidad responsable

Descripción:

Esta es una aplicación educativa que contiene información relevante del tema elaborada enteramente con contenido de Promsex y por sus especialistas. Contiene cuatro áreas interactivas.

Contenidos:

- a) Una guía completa para adolescentes estructurada en cinco niveles de acción y educación:
 - ✓ Conócete
 - ✓ Protégete,
 - ✓ Quiérete,
 - ✓ Empodérate
 - ✓ Cumple tus sueños.
- b) Sección de directorio que incluye la herramienta de Google Maps personalizado

Acciones: Ubicar los centros de apoyo, consejería y orientación en el país.

c) Buzón anónimo

Los adolescentes podrán hacer consultas anónimas que serán resueltas por especialistas.

d) Juego “La ruleta”

El juego consistirá en girar una ruleta que presentará los 5 niveles temáticos, mencionados en el apartado anterior. Al pulsarla gira y te dirige a una área temática al azar. Allí deberás responder una pregunta relacionada al tema. Cada acierto suma un punto dentro de la temática que se irá acumulando y así podrás ir subiendo de niveles. Asimismo, puedes retar a tus amigos a una batalla, en la que ambos deberán responder una pregunta al azar, solo uno ganará. Y así podrás ir acumulando más puntaje. Es una forma muy divertida y dinámica para los adolescentes de aprender y reforzar conocimientos. A la vez podrán interactuar con tus pares haciendo del aprendizaje uno participativo y compartido. Dentro de esta campaña el juego toma importancia también, ya que el puntaje se sumará al que se vaya obteniendo en los retos de Facebook, el cual forma parte del concurso intercolegial. El puntaje se acumula a nivel grupal por colegio pero también a nivel individual. Existirá un premio general para los alumnos del colegio ganador y un premio específico para el alumno con mayor puntaje de cada colegio.

- PopSocket y anillo con contenidos educativos e informativos
- Objetivo:
 - ✓ Brindar una plataforma de educación e información sobre la sexualidad y los contenidos presentes en la campaña.

Descripción

El PopSocket es un accesorio muy popular para los Smartphones, sirve como soporte y medio para tener una maniobra segura y cómoda del dispositivo. Presenta una forma circular y plana. Aprovecharemos su estructura para plasmar el contenido educativo e informativo en él, en este caso de modo virtual. El pop socket tendrá impreso un código QR que a través del celular redirige a los contenidos de la campaña, al estar en este soporte puede ser utilizado entre amigos, de todos modos para que el uso pueda ser individual se brindarán mini PopSockets en forma de anillo o pulseras que permitan plasmar el código, allí también se podrá acceder a la información. La elección de este medio se debe a que es un objeto propio de los adolescentes y característico de la era digital en la que vivimos y ellos manejan a la perfección. Este accesorio además los acompaña día a día junto a sus Smartphones.



Medios físicos

- Cuaderno didáctico “Activa la Educación Sexual”

Este cuaderno contiene información resumida sobre la problemática y contenidos educativos sobre la sexualidad. Está diseñado específicamente para los talleres y dinámicas. Contiene actividades de reforzamiento. Mantiene la misma línea gráfica de todas las piezas de la campaña.

- Agenda/Planner “Fórmula para activar mis sueños”

Objetivos:

- ✓ Brindar información resumida sobre sexualidad y el embarazo adolescente
- ✓ Brindar un espacio de desarrollo para consolidar los conocimientos
- ✓ Brindar un espacio para desarrollar las estrategias de planificación propuestas en los talleres de proyectos de vida, metas y sueños.

Esta pieza cumple dos funciones, una educativa y la otra de planificación. La agenda tendrá la estructura natural y función común a cualquier agenda pero estará personalizada con los colores y diseños de la campaña. Para cumplir la primera función se distribuirá los mismos contenidos educativos sobre sexualidad y embarazo presentes en el App Móvil. En sus diferentes niveles. La diferencia radicará en que dichos contenidos se irán repartiendo por partes y a modo sintetizado. Así la información puede ir apareciendo en cada día, o por segmentos. Asimismo, incluiremos los mensajes de la campaña dirigidos a ellos, así como frases y trivias educativas. Para cumplir la segunda función se incluirá la metodología explicada en las dinámicas, aquella que muestra como planificar los proyectos de vida, metas y sueños, estrategias, tips y sugerencias para cumplirlas. Se incluirán algunas frases de empoderamiento y autoestima en la página de cada lunes, a modo de motivación.

- Calendario de mesa educativo “Activa la educación sexual”

Objetivo

- ✓ Extender la información de la campaña, resaltando los mensajes y temas clave.
- ✓ No abarcará la totalidad de contenidos, tan solo los niveles de temáticos de acción: Conócete y Protégete.

Dinámica: en cada portada de mes se distribuirá contenidos específicos totalmente gráficos. Para que la lectura y comprensión sea más amigable, divertida y digerible.

- Tomatodo con mensajes clave de difusión.
- ✓ Objetivo: Reforzar los mensajes clave de la campaña que buscamos internalizar en los adolescente

Descripción:

Call to action: La pieza contendrá mensajes clave de la campaña y frases cortas sobre prevención y embarazo no deseado.

Será entregada la última actividad de la campaña, la activación “La discoteca”

También se usarán medios tradicionales pero en una menor proporción. Entre ellos:

- Folletos informativos y educativos para ser distribuidos en el BTL “La Discoteca”
- Una serie de videos elaborada para el taller de educación sexual.
- Un video diseñado exclusivamente para las redes sociales
- Afiche para promocionar la implementación de la línea telefónica anónima de orientación
- Afiche para promocionar el App Educativa.

➤ Producción y distribución de materiales educativos para profesores

Para los profesores se producirá:

- Guía de contenidos

Una guía que resume todos los contenidos y que les servirá de apoyo para impartir las clases y tener presente los objetivos de la campaña.

➤ Producción y distribución de materiales educativos para padres

Esta actividad es parte de la estrategia desarrollada en este apartado; sin embargo cumple el objetivo secundario 4. “Generar consciencia en los padres de familia sobre la importancia de la educación sexual integral para prevenir el embarazo adolescente y asegurar el futuro de sus hijos.”

Para los padres se producirá:

- Cuaderno interactivo “Educación sexual y mi hijo adolescente”

Objetivos:

- ✓ Generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual de sus hijos adolescentes
- ✓ Aclarar mitos y creencias erróneas sobre la sexualidad
- ✓ Fortalecer la comunicación y relación que tienen los padres con sus hijos
- ✓ Desarrollar empatía y comprensión

Dinámica:

Se les entregará al inicio del taller un cuaderno con información resumida sobre el embarazo adolescente y la educación sexual. Éste también contará con espacios en blanco con indicaciones para poder mantener un registro de las actividades, factores de riesgo, particularidades de personalidad y aspectos que consideren necesarios tener en cuenta sobre sus hijos.

Para la estrategia número 2 se plantean estas actividades:

- BTL: Implementación de la línea telefónica gratuita de asesoría, consultoría y orientación sobre sexualidad para adolescentes.

Objetivo general:

- ✓ Generación de espacios de comunicación y acceso a la educación sexual inclusivos.

Específicos.

- ✓ Brindar un espacio de información y orientación sobre sexualidad
- ✓ Brindar un medio que permita satisfacer las demandas no satisfechas: privacidad y confidencialidad.
- ✓ Aclarar mitos y creencias falsas.
- ✓ Promover el cuidado de la salud sexual y el ejercicio de la sexualidad responsable

Esta es una de las piezas que mencionamos son motivo para establecer que la naturaleza de la campaña sea piloto. Una línea telefónica gratuita siempre resulta beneficiosa. En este caso en específico soluciona muchos vacíos comunicativos e informativos que encuentran los adolescentes en algunos medios y además soluciona un problema identificado que constituye una demanda no satisfecha. Los adolescentes inician una

etapa de despertar sexual en el que definitivamente tienen dudas. Algunas de ellas las logran resolver a través de la orientación de algunos amigos adultos en quienes confían aunque normalmente esto no suele suceder. Existe mucha reserva y pudor, hay inquietudes que tienen que les da mucha vergüenza y no la puedes expresar. Las dudas en la que se tiene más reserva son aquellas que terminan siendo buscadas en internet. Como sabemos este medio no siempre brinda respuestas acertadas y confiables. Por ello, creímos necesario e ideal implementar un espacio de comunicación y consulta en donde los adolescentes puedan hacer llamadas anónimas. De este modo, se pierde el pudor inicial y se puede expresar de un modo más abierto todas las dudas existentes.

Este medio no limita o excluye a los públicos como en el caso de la aplicación, la cual da acceso a todos sus contenidos y beneficios solo a aquellos que tengan su poder un Smartphone.

Este medio por ende es inclusivo y permite que segmentos de un menor nivel socioeconómico puedan acceder sin ningún problema. Si no se cuenta con teléfono siempre hay alguien que nos pueda brindar el suyo, sobre todo cuando no hay costo.

Como mencionamos antes, se busca que este servicio gratuito pueda implementarse a nivel nacional. Para ello buscamos que sea el gobierno quien lo haga oficial. Esto pues sería necesario que el servicio sea constante y no solo por efectos de una campaña.

Descripción del servicio:

La línea 855 estará a cargo de un equipo de profesionales especializados en brindar orientación e información sobre sexualidad y métodos preventivos. Además de ello, resolverá las dudas y consultas de los adolescentes. Brindará y motivará acciones para la solución de problemas. Se brindará soporte emocional y psicológico profesional. Todo de modo anónimo. Podrán también dar referencia sobre centros especializados de salud y reproducción sexual en el caso de que sea una adolescente posible embarazo. Si el adolescente desea se puede brindar asesoría presencial en las oficinas de Promsex autorizadas y centros aliados. Para tal fin se contará con una base de datos actualizada de las instituciones a las cuales se pueden referir los casos.

La forma de acceso es a través de la marcación del número 855. Las llamadas pueden hacerse desde cualquier teléfono: Fijo – Celular – Público y son gratuitas.

- Campaña de intriga presencial.
- BTL: “El embarazo visita el cole”

El objetivo principal:

- ✓ Aperturar la campaña a través de la llamada de atención y curiosidad.
- ✓ Se busca generar espacios de reflexión, diálogo e involucramiento.
- ✓ Aflorar la problemática y ponerla sobre la mesa.

Se realizará en los 4 colegios participantes, durante el horario escolar, en la segunda semana de la campaña. Esta actividad mostrará el problema de modo real, ya que una adolescente simulando estar embarazada de 7 u 8 meses aproximadamente (se busca que la gestación sea notoria) ingresará a los colegios durante el horario de recreo o apenas suene el timbre de salida. Junto a su madre simularán estar buscando informes. Los maestros tendrán conocimiento de la simulación. A pesar de ser un problema con gran incidencia, registrado en los reportes estadísticos año a año, es una realidad que no se ve frecuentemente en tal magnitud, ya que las adolescentes con un embarazo tan desarrollado por lo general ya no asisten al colegio.

Para esta dinámica se necesitarán 4 actrices adolescentes. Ellas irán al menos dos veces a la semana a cada colegio entre los días lunes y jueves. El día viernes a la hora del último recreo, ingresarán al colegio por última vez y se situarán en una zona próxima al patio donde normalmente se hace formación. Al término de recreo se soltará a través del aparato de sonido de perifoneo una diálogo situacional del problema, en la cual la adolescente es la protagonista. Al término, se anuncia el nombre de la campaña y el lema. Una vez finalizado el audio, la directora llama a todos a que formen pues contará lo que le pasó la adolescente con su respectivo mensaje conscientizador, posterior a ello comunicará el inicio de la campaña y las actividades en la que los adolescentes participarán.

➤ BTL: Activación “La Discoteca”

- ✓ El objetivo de esta actividad es la consolidación de los conocimientos y motivaciones adquiridos.

Ésta es la actividad final de cierre de la campaña. Se realizará en el Polideportivo San Borja, contaremos para ello con el apoyo del municipio de dicho distrito. Se contará también con él la cooperación de la UGEL 07, el Centro de Salud Villa Victoria El Porvenir y la participación de artistas invitados. El evento tendrá una duración de 4 horas. Se dará inicio a las 5 pm. Participarán todos los escolares de los 4 colegios, padres y profesores (opcional).

El nombre de esta activación, “La discoteca”, se debe a que éste es un espacio común de la etapa adolescente Si bien algunos pueden aún no lo conocerlo en algún momento lo harán. Es en este espacio donde se empiezan los primeros rituales de socialización romántica. Por ello, consideramos conveniente elaborar las actividades allí. Para generar una atmósfera realista, se recreará cada uno de los espacios de una discoteca. Para ello se pondrán toldos con tela negra que no permitan el ingreso de la luz natural, se instalarán luces de colores con efectos de iluminación, música de moda. La distribución de espacio interna será la misma. Se pondrán afiches e imágenes temáticos que presentarán los colores y línea gráfica de la campaña. Se decorará con cortinas coloridas de condones (tiras de unidades en fila) y otros anticonceptivos. Se habilitará una barra (que no incluirá licor) sino una pasarela de métodos anticonceptivos y un especialista a cargo que explicará a detalle los correctos usos, en el área central se dispondrán mesas, taburetes, se implementarán paneles, se instalará un proyector, se establecerá un área de juegos, un espacio meramente educativo e informativo, un simulador especial, un área destinada a los proyectos de vida, sueños y metas, un área externa de venta de comida.

Desarrollo y programación:

El evento iniciará con las palabras de agradecimiento de los especialistas de Promsex, se mencionará la finalidad de la campaña y se recordará ciertos puntos clave. Algunos profesores comentarán sus impresiones, contarán algunas anécdotas y expondrán un mensaje llame a la consciencia y reflexión.

Para conocimiento de los padres se explicará un poco más a detalle los medios digitales y sus finalidades: la App Móvil, la línea telefónica gratuita de consejería anónima, la agenda y el PopSocket.

Al término se reproducirá un video a modo de resumen elaborado con todas las actividades de la campaña, en donde se podrá ver la participación de los adolescentes, maestros, padres, especialistas, influencers invitados y un recuento de las impresiones en redes sociales y medios. Será un video emotivo que resumirá todo lo vivido.

Una vez hecho esto, se presentarán y se explicarán todas las actividades que se pueden realizar en la discoteca. Por último, se lanzará la música y con ello el inicio a las actividades. En los paneles se pondrá encontrar fotos de las actividades y dinámicas en el colegio, el conversatorio, la campaña de intriga y también se expondrán datos y mensajes en letras grandes hechas con tinta que brilla en la oscuridad. Se expondrán también algunos trabajos realizados por los adolescentes durante el transcurso de la campaña (de los talleres y retos del concurso).

En el espacio de la barra, los especialistas de Promsex harán una demostración del correcto uso de los anticonceptivos. Será un espacio participativo: en donde los padres y adolescentes puedan acceder a espacios de asesoría sobre la problemática y la educación sexual.

Se desarrollarán juegos interactivos: tales como “Desactivando mitos” “la maratón de los anticonceptivos” “la pasarela de la educación sexual” “Desbloqueando el embarazo” “Cita a ciegas, prueba de inteligencia emocional” algunos juegos se desarrollarán en el área de simulación. Asimismo, se recreará el juego de la aplicación pero de modo presencial. De este modo lúdico se buscará consolidar la información aprendida.

A las 7 pm se convocará a todos los asistentes a que participen de la premiación del concurso interescolar. Se anunciará al colegio ganador y los escolares ganadores. Se entregarán los premios. Antes de la última actividad se entregará merchandising que contendrán mensajes clave y el número de la línea gratuita de consultas anónimas.

Para finalizar con broche de oro, se dará inicio al concierto en el que se presentarán 3 artistas invitados.

- BTL: Conversatorio con influencers: “Desactiva el embarazo adolescente” Hablemos de la problemática en el Perú, Sexperiencias y como la educación sexual ayuda a proteger tu futuro.

Objetivo:

- ✓ Generar consciencia en nuestro público objetivo sobre el embarazo adolescente en el Perú y sobre el impacto que éste puede generar a sus proyectos de vida
- ✓ Movilizar percepciones, emociones, dudas y motivaciones sobre la problemática.

Descripción:

Para movilizar estos sentimientos y pensamientos se contará con la participación de los influencers favoritos de los adolescentes. Mezclamos así emociones surgidas del problema y del fanatismo y admiración que tienen por ellos. El espacio tendrá 1 hora y 40 minutos de duración y se realizará en el coliseo Eduardo Dibós en San Borja.

Los influencers tocarán el tema y mencionarán algunos datos impactantes de su incidencia en el país, harán algunas reflexiones y brindarán consejos. Habrá también un intermedio en el que contarán sus “Sexperiencias” en la adolescencia. Respecto a ello, es necesario aclarar que estarán basadas en anécdotas, mitos y creencias que tenían, secretos, momentos curiosos o sensaciones que surgieron en ellos cuando empezaron a experimentar los cambios físicos y emocionales de la pubertad, momentos bochornosos o curiosos de su etapa adolescente, entre otros. Estos Insights propios de la etapa generarán empatía con los adolescentes quienes se sentirán identificados y comprendidos. Se busca generar un espacio relajado y familiar, que los entretenga y disipe de los conocimientos aprendidos durante los talleres. No se quiere saturar a nuestro público objetivo, por lo que este espacio les resultará reconfortante.

Aprovecharemos el conversatorio para presentar el lanzamiento de la App Móvil y la línea telefónica gratuita de consejería anónima. Ambas piezas serán introducidas por los Influencers. En todo momento serán ellos quienes movilicen los contenidos.

Para cumplir con la estrategia 3 se trabajará:

- La creación de un grupo de Facebook:

A través de este espacio participativo desarrollaremos **el concurso intercolegial**.

Objetivos:

- ✓ Generar consciencia sobre la problemática y la importancia de la educación sexual para prevenir su aparición.
- ✓ Brindar y reforzar conocimientos sobre la sexualidad y embarazo adolescente

Esta actividad está dirigida a nuestro público objetivo. Son ellos en quienes se basan nuestra problemática y es a ellos a quienes a través de nuestro producto comunicacional buscamos beneficiar. Por este motivo buscamos que las actividades y contenidos a comunicarse en la red social lleguen solo a ellos, para lograrlo crearemos un grupo secreto de Facebook. Por este espacio se realizará el concurso intercolegial de retos educativos “Desactiva el embarazo”. Ésta consistirá en cumplir de modo grupal los retos de conocimiento y creación de contenidos que se propondrán dentro de este medio.

Los retos a desarrollar requerirán la creatividad de los alumnos y capacidad de análisis para crear soluciones, el uso de la educación impartida en los talleres y charlas será la fuente para poder lograrlas.

Los premios serán cinco en total: uno para el colegio ganador y 4 para los escolares ganadores de cada colegio, los cuales serán quienes hayan acumulado mayor puntaje en estos retos y sumados a los del juego educativo de la aplicación. La premiación se realizará en la activación de cierre de campaña.

En este mismo espacio se compartirán publicaciones sobre la campaña, algunas de ellas se compartirán desde la página de Facebook de la ONG

- La creación de página de la pestaña adicional exclusiva para la campaña en la página oficial de Promsex.

Objetivo:

- ✓ Brindar información de la campaña, el embarazo y la educación sexual

Creación de las pestaña dentro de la página web: servirá como una plataforma de soporte y recopilación de los contenidos, asimismo se podrá ampliar mucho más la información, se mostrarán los datos principales del embarazo adolescente, cómo prevenirlo, métodos preventivos, educación sexual y el rol de los padres, maestros y actores próximos los adolescentes. Esto está dirigido a todo el público, además de ello tendrá una sección con materiales exclusivos para adolescentes. Todas las piezas tendrán la misma línea gráfica de la campaña generar atracción.

- Publicación de contenidos en la página de Facebook e Instagram de la ONG

Objetivo:

- ✓ Difusión de contenidos
- ✓ Conscientización
- ✓ Visibilización

Mediante el uso de los hashtag principales #ActivaLaEducaciónSexual, se publicarán las imágenes y videos de mayor impacto de la campaña, así como los informativos, los cuales estarán enlazados a la página web y las cuentas de Youtube y Twitter de la organización. Se busca generar participación y difusión de los mensajes de la comunidad.

Para la realización de la actividad 4 de la estrategia 3 se propone

- Inversión publicitaria para video en Facebook de la ONG
- ✓ Objetivo: difusión de contenido y mensajes

El video presentará testimonios breves de 4 adolescentes, datos y cifras de la situación actual del embarazo adolescente y un mensaje consolidador. Para los fines de alcance y engagement que queremos obtener se invertirá en una pauta publicitaria.

Para la realización de la actividad 5 de la estrategia 3 se propone

- La realización de publicaciones en Twitter de la ONG

Objetivos:

- ✓ Difusión de contenido y mensajes
- ✓ Genera un espacio de diálogo, participación y reflexión

Para que los mensajes de la campaña tengan un mayor alcance utilizaremos los mensajes más representativos de la campaña a través de hashtag: #DesactivaElEmbarazoAdolescente #ActivaLaEducaciónSexual #ViveTusSueñosNoUnEmbarazo. Se utilizará Twitter como medio para generar diálogo y opiniones respecto a la problemática también se compartirán las imágenes de impacto y contenido de calidad que estarán enlazados con todas las plataformas digitales. Se busca generar réplica y participación de la comunidad twittera y de actores mediáticos de interés público. La finalidad es hacer visible la problemática y generar consciencia sobre ello.

Finalmente, para la estrategia 4 se plantea en primer lugar, hacer un mapeo de líderes de opinión para que sean embajadores de la campaña y apoyen en la difusión de los mensajes a través de sus cuentas oficiales. Se busca generar una corriente de opinión a través de su participación

El público al que queremos llegar es la comunidad en general. Del mismo modo, se realizará un mapeo de influencers para que contribuyan como embajadores de campaña en la difusión de los mensajes a través de las redes sociales. El público al que queremos llegar es a adolescentes. Estos personajes también participarán en una de las actividades mencionadas anteriormente.

3.2 Estrategia de contenidos

Pieza	Objetivo	Mensaje/Idea central
Guía para profesores	1. Consolidar la información brindada en el taller. 2. Extensión de la información y medio de orientación. 3. Generar conciencia sobre la importancia de la educación sexual en los alumnos	Ayúdanos a prevenir el embarazo adolescente
Cuaderno didáctico para padres	1. Concientizar a los padres acerca de la importancia de la educación sexual para Prevenir un embarazo adolescente en sus hijos. 2. Consolidar información aprendida en las charlas, dinámicas y talleres	Sé aliado y cómplice de tus hijos en la prevención del embarazo, permíteles el acceso a la educación sexual.
Cuaderno didáctico “Activa la Educación Sexual”	1. Consolidar información aprendida en las charlas, dinámicas y talleres. 2. Extensión de la información y medio de orientación. 3. Promover el acceso a la educación sexual	Educación sexual: tu mejor aliado para evitar un embarazo ☐
Agenda “Fórmula para cumplir mis sueños”	Consolidación y reforzamiento de lo aprendido en las dinámicas y talleres Generar vigencia y recordación de la información. Aprender métodos de planificación de un proyecto de vida.	Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia y cumple tus metas
Videos para adolescentes	Generar conciencia y promover el acceso a la educación sexual para prevenir embarazos. Ser soporte de los talleres interactivos	Prevenir para vivir
App Móvil	1. Aprendizaje y consolidación de los conocimientos. 2. Acceso a educación sexual. 3. Guía y fuente de consulta sobre sexualidad. 4. Mantener la información al alcance de la mano	-Activa la educación sexual, ten a tu lado siempre un aliado para evitar un embarazo -Conoce todo sobre sexualidad, no te preocupes tu información es confidencial
Pop Socket	1. Promover el acceso a la información y educación. 2. Mantener la información al alcance de la mano, ser una extensión de los contenidos y ampliar la información.	Activa la educación sexual, ten a tu lado siempre un aliado para evitar un embarazo
Calendario de mesa	Generar presencia constante y recordación de la información aprendida	Prevenir para vivir

Tomatodo	Reforzar y visibilizar los mensajes clave de toma de consciencia. Informar sobre la línea telefónica	Activa la educación sexual
Afiche para pieza	Promocionar la App y línea telefónica.	Educación sexual: tu mejor aliado para evitar un embarazo
Campaña de intriga	Visibilizar la problemática y generar consciencia sobre ello.	Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia
BTL: “La discoteca”	Consolidación de lo aprendido.	Activa la educación sexual, vive tus sueños no un embarazo ¡Juntos podemos prevenir un embarazo!
Implementación de la línea telefónica gratuita	Brindar acceso a información y educación sexual y generar un espacio de comunicación y consulta.	Conoce todo sobre sexualidad, no te preocupes tu información es confidencial
Conversatorio	Generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual para prevenir embarazos y cumplir las metas.	Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia y cumple tus metas.
Concurso intercolegial en el grupo de Facebook	Generar consciencia sobre la problemática y el rol clave de la educación sexual. Aprender, reforzar y consolidar aprendizajes	Activa la educación sexual, evita un embarazo ¡Juntos podemos prevenir un embarazo!
Página Web	1. Brindar información sobre la campaña y sus objetivos. 2. Generar consciencia sobre el embarazo adolescente y el rol de la educación sexual	Ayuda a los adolescentes a prevenir un embarazo, promueve el acceso a la educación sexual ¡Súmate a la campaña!
Redes Sociales	1. Brindar información sobre la campaña y sus objetivos. 2. Generar consciencia sobre el embarazo adolescente y el rol de la educación sexual	Ayuda a los adolescentes a prevenir un embarazo, promueve el acceso a la educación sexual ¡Súmate a la campaña!



Pieza	Objetivo	Mensaje/Idea central
Guía para profesores	1. Consolidar la información brindada en el taller. 2. Extensión de la información y medio de orientación. 3. Generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual en los alumnos	Ayúdanos a prevenir el embarazo adolescente
Cuaderno didáctico para padres	1. Concientizar a los padres acerca de la importancia de la educación sexual para Prevenir un embarazo adolescente en sus hijos. 2. Consolidar información aprendida en las charlas, dinámicas y talleres	Sé aliado y cómplice de tus hijos en la prevención del embarazo, permíteles el acceso a la educación sexual.
Cuaderno didáctico “Activa la Educación Sexual”	1. Consolidar información aprendida en las charlas, dinámicas y talleres_2. Extensión de la información y medio de orientación 3. Promover el acceso a la educación sexual	Educación sexual: tu mejor aliado para evitar un embarazo □
Agenda “Fórmula para cumplir mis sueños”	Consolidación y reforzamiento de lo aprendido en las dinámicas y talleres Generar vigencia y recordación de la información. Aprender métodos de planificación de un proyecto de vida.	Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia y cumple tus metas
Videos para adolescentes	Generar consciencia y promover el acceso a la educación sexual para prevenir embarazos. Ser soporte de los talleres interactivos	Prevenir para vivir
App Móvil	1. Aprendizaje y consolidación de los conocimientos. 2. Acceso a educación sexual. 3. Guía y fuente de consulta sobre sexualidad. 4. Mantener la información al alcance de la mano	-Activa la educación sexual, ten a tu lado siempre un aliado para evitar un embarazo -Conoce todo sobre sexualidad, no te preocupes tu información es confidencial
Pop Socket	1. Promover el acceso a la información y educación. 2. Mantener la información al alcance de la mano, ser una extensión de los contenidos y ampliar la información.	Activa la educación sexual, ten a tu lado siempre un aliado para evitar un embarazo
Calendario de mesa	Generar presencia constante y recordación de la información aprendida	Prevenir para vivir
Tomatodo	Reforzar y visibilizar los mensajes clave de toma de consciencia. Informar sobre la línea telefónica	Activa la educación sexual

Afiche para pieza	Promocionar la App y línea telefónica.	Educación sexual: tu mejor aliado para evitar un embarazo
Campaña de intriga	Visibilizar la problemática y generar consciencia sobre ello.	Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia
BTL: “La discoteca”	Consolidación de lo aprendido.	Activa la educación sexual, vive tus sueños no un embarazo ¡Juntos podemos prevenir un embarazo!
Implementación de la línea telefónica gratuita	Brindar acceso a información y educación sexual y generar un espacio de comunicación y consulta.	Conoce todo sobre sexualidad, no te preocupes tu información es confidencial
Conversatorio	Generar consciencia sobre la importancia de la educación sexual para prevenir embarazos y cumplir las metas.	Desactiva el embarazo, disfruta tu adolescencia y cumple tus metas.
Concurso intercolegial en el grupo de Facebook	Generar consciencia sobre la problemática y el rol clave de la educación sexual. Aprender, reforzar y consolidar aprendizajes	Activa la educación sexual, evita un embarazo ¡Juntos podemos prevenir un embarazo!
Página Web	1. Brindar información sobre la campaña y sus objetivos. 2. Generar consciencia sobre el embarazo adolescente y el rol de la educación sexual	Ayuda a los adolescentes a prevenir un embarazo, promueve el acceso a la educación sexual ¡Súmate a la campaña!
Redes Sociales	1. Brindar información sobre la campaña y sus objetivos. 2. Generar consciencia sobre el embarazo adolescente y el rol de la educación sexual	Ayuda a los adolescentes a prevenir un embarazo, promueve el acceso a la educación sexual ¡Súmate a la campaña!

Cronograma

Cronograma									
Año		2018							
Mes		Abril				Mayo			
Semana		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
Estrategia	Acciones								
Educación y Producción de material educativo e informativo	Charlas para profesores	x							
	Charlas para profesores	x		x					
	Taller para profesores		x		x				
	Charla para padres	x		x					
	Taller para padres		x		x				
	Charla para adolescentes			x					
	Conversatorio				x	x			
	Talleres y dinámicas			x	x	x			
	Talleres y dinámicas			x	x	x			
	Entrega: Guía informativa para profesores	x							
	Entrega: Cuaderno para padres	x							
	Lanzamiento: App móvil					x			
	Entrega: Pop Socket					x			
	Entrega de cuaderno didáctico			x					
	Videos para adolescentes			x	x				
	Entrega: Agenda/Planner Entrega:								
	Calendario de mesa					x			
Entrega: Tomatodo (mensajes y Nro de la línea 855									
Movilización social	BTL: El embarazo visita el cole		x						
	BTL: LA discoteca								
Interacción Y Difusión en redes sociales	Concurso intercolegial				x	x	x		
	Inicio de campaña digital				x				
	Lanzamiento: P de página web				X				
	Publicaciones en Facebook				X	x	x	x	

	Publicaciones en Redes sociales				<u>X</u>	<u>x</u>	<u>x</u>	<u>x</u>	
<u>Vocería</u>	Dar información de la campaña a aliados mediáticos				<u>x</u>	<u>x</u>	<u>x</u>	<u>x</u>	



4. Plan de evaluación

4.1 Control y seguimiento

Es necesario medir el efecto de las actividades de comunicación llevando a cabo un seguimiento constante del trabajo realizado. Utilizaremos indicadores de control con mediciones semanales. La finalidad es identificar acciones que se puedan modificar de acuerdo al resultado.

Objetivo marcado	Indicador de referencia	Resultado esperado
Promover el acceso a la educación sexual integral en los adolescentes para prevenir embarazos no deseados y cumplir sus proyectos de vida.	Indicadores de realización física: Realización de actividades educativas: charlas, talleres, dinámicas y conversatorio. Entrega de todos los materiales físicos y virtuales Realización de BTL	Cumplimiento de todas las acciones en el tiempo indicado Cobertura total sobre los participantes en cuanto a eventos.
	Indicadores de Impacto Número de personas informadas Número de personas asistentes a cada charla, taller o evento Número de participantes activos del concurso Número de usuarios frecuentes del app Número de alumnos que compartieron los contenidos en sus redes sociales Visitantes frecuentes a la página web	Del total de participantes a eventos presenciales, llegar a un 90% de participación.
	Indicadores de resultados Número de participantes Número de llamadas recibidas resueltas a través de la línea de apoyo Número de descargas del app Número de consultas recibidas resueltas a través de app móvil	90% de participación e interacción.
Objetivos secundarios: Generar consciencia	Indicadores de realización física Realización de actividades educativas: charlas, talleres, dinámicas, conversatorio y concurso	Cumplimiento de todas las acciones en el tiempo indicado Cobertura total sobre los participantes

sobre la importancia de la educación sexual en los adolescentes para prevenir un embarazo no deseado	Entrega de todos los materiales físicos y virtuales	en cuanto a eventos y en un 80% en escenarios virtuales.
	Indicadores de Impacto Número de personas informadas Número de personas asistentes a cada charla, taller o evento Número de personas que compartieron contenidos por redes sociales, generaron comentarios de opinión o de etiquetado. Visitantes frecuentes a la página web	Del total de participantes a eventos presenciales, llegar a un 90% de participación.
	Indicadores de resultados Número de participantes en los actos	
Generar consciencia en los padres de familia sobre la importancia de la educación sexual integral para prevenir el embarazo adolescente y asegurar el futuro de sus hijos	Indicadores de realización física Realización de actividades educativas: charlas, talleres, dinámicas, conversatorio y concurso Entrega de todos los materiales	Cumplimiento de todas las acciones en el tiempo indicado Cobertura total sobre los participantes en cuanto a eventos.
	Indicadores de Impacto Número de personas asistentes a cada charla, taller o evento Número de personas informadas	Del total de participantes a eventos presenciales, llegar a un 90% de participación.
	Indicadores de resultados Número de participantes en los actos Número de padres que hicieron uso del cuaderno	90% de participación e interacción.
Visibilizar el embarazo adolescente como uno de los principales	Indicadores de realización física Realización de actividades educativas e informativas: conversatorio. Entrega de todos los materiales físicos y virtuales Realización de BTL Publicación de piezas, gráficas y audiovisuales en redes sociales	Cumplimiento de todas las acciones en el tiempo indicado Cobertura total sobre los participantes en cuanto a eventos y en un 80% en escenarios virtuales.

problemas de la sociedad.	Indicadores de Impacto Número de personas informadas (en eventos) Número de apariciones en los medios de comunicación digitales e impresos (prensa, páginas web, redes sociales, revistas especializadas) Número de shares, likes, tweets, retweets, comentarios. Engagement de contenidos. Número de reproducciones de videos Número de compartidos de videos	Del total de participantes a eventos presenciales, llegar a un 90% de participación.
	Indicadores de resultados Número de personas asistentes a cada charla, taller o evento Número de visitas a la página web y a los perfiles sociales Número de shares, likes, tweets, retweets, comentarios, reacciones (engagement) y alcance. Número de reproducciones de videos Número de compartidos de videos KPI de redes sociales	En la esfera digital: Se busca lograr un alcance orgánico de 8 millones y de 3 millones con pauta. 600K de clics Y 400k de engagement

4.2 Evaluación

Una vez desarrollada la labor de seguimiento y control, es necesario evaluar los resultados finales las actividades. Esto nos permitirá tener hacer un registro para futuras acciones de comunicación. Se trata de realizar una evaluación o valoración global del Plan de Comunicación, con la finalidad de comprobar si se han conseguido los objetivos propuestos. Queremos sobre todo, conocer los resultados de la aplicación de las 2 piezas por las que Se decidió establecer la campaña como piloto.

<u>Estrategia</u>	<u>Actividades</u>	<u>Indicadores</u>	<u>Medición</u>	<u>Instrumento</u>
<u>Educación y Producción de material educativo e informativo</u>	Talleres y Charlas para adultos	Distribución y alcance - Actitud	<u>Distribución</u> - Número de profesores capacitados - Número de adolescentes que participaron de los talleres y dinámicas <u>Actitud</u> -Número de adolescentes que considera que la educación sexual es necesaria <u>Actitud:</u> -Conocimientos sobre la problemática y valoraciones positivas	- Informes de distribución de materiales - Encuesta valoración por niveles (muy necesaria-nada necesaria) y entrevistas Encuesta y entrevistas
	Producción de materiales		<u>Distribución y alcance</u> -Número de material educativo e interactivo que se repartió -Número de adolescentes que al término de la campaña hicieron un desarrollo del material con espacios para desarrollar actividades. <u>Actitud</u> -Número de adolescentes que mantiene una buena actitud ante los espacios de acceso a la educación sexual	- Informes de distribución de Materiales - Encuestas y entrevistas -Encuesta valoración por niveles (muy importante-nada importante)

Movilización social	BTL Implementación de línea telefónica de orientación		<u>Distribución y alcance</u> -Número de llamadas realizadas <u>Actitud</u> Valoración de la eficiencia del servicio	-Informe estadístico de los registros telefónicos -Encuesta valoración por niveles (muy eficiente-nada eficiente) y entrevistas -Evaluación a través de encuestas
	Campaña de intriga (BTL)		<u>Distribución y alcance</u> Número de asistentes <u>Actitud</u> -Valoración sobre el impacto del suceso	Encuestas y entrevistas -Encuesta valoración por niveles (muy impactante-nada impactante) y entrevistas
	BTL Conversatorio		<u>Distribución y alcance</u> -Número de asistentes al conversatorio <u>Actitud</u> -Valoración sobre el impacto del suceso	Encuestas y entrevistas -Encuesta valoración por niveles (muy impactante-nada impactante) y entrevistas
<u>Interacción y Difusión en Redes Sociales</u>	Creación de grupo de Facebook Para el concurso interescolar	Interacción y alcance	Cantidad de interacciones, alcance, comentarios, publicaciones, likes de todas las publicaciones Número de actividades realizadas de modo presencial	- Facebook analytics
	Lanzamiento de página web	Engagement	- Número de visitas a la página web	- Google analytics, - Facebook analytics

	Publicaciones en Página de Facebook, Twitter e Instagram Invertir en video para Facebook	Interacción y alcance	- Cantidad de interacciones, alcance, compartidos y likes de todas las publicaciones - Número de retweets, impresiones y alcance - Número de personas que vio el video para redes - Número de seguidores	- Twitter analytics - Facebook analytics - Métrica de Instagram
<u>Vocería</u>	4.1 Mapeo de líderes de opinión	- Cobertura	- Número de personalidades que se sumaron a la campana	- Reporte de participación
	4.3 Mapeo de influencers para que contribuyan como embajadores de campaña en la difusión de los mensajes a través de las redes sociales.	- Visibilidad	- Número de personalidades que se sumaron a la campana - Alcance y cobertura de la difusión en sus cuentas oficiales.	- Reporte de participación - Métrica de Instagram

REFERENCIAS

- Calandria. (s.f.). Embarazo adolescente.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública . (2017). *Perfil del niño y adolescente*.
- Delta, G. (07 de setiembre de 2017). Coordinadora de Comunicación de Promsex, comunicadora especializada estudios de género. (L. P. Palma, Entrevistador)
- Expansión. (2011). Porque los adolescentes toman riesgos sin pensar en las consecuencias. . México.
- Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2017). *Miradas aparte. El estado de la población mundial 2017*.
- Fondo de población de las naciones unidas. (s.f.). *Perú en cifras*. Obtenido de <http://www.unfpa.org.pe/infosd/peruencifras.htm>
- Ipsos. (2017). *Perfil del Internauta*. Lima.
- Ipsos. (2017). *Perfil smartphonero* . Lima.
- Ministerio de Salud. (2017). *Documento técnico - situación de salud de los adolescentes y jóvenes en el Perú 2017*. Lima: SINCO SALUD.
- Motta, A. (2018). *De la Normativa a la Práctica: la Política de Educación Sexual y su Implementación en el Perú*.
- Palma, L. P. (07 de 09 de 2018). Encuesta sobre percepciones, actitudes y comportamientos de padres de adolescentes. Lima, Perú.
- Promsex. (18 de octubre de 2015). Nada que ver con el embarazo adolescente. Lima, Lima, Perú.
- Universidad Cayetano Heredia e Instituto Guttmacher. (2018). *De la Normativa a la Práctica: la Política de Educación Sexual y su Implementación en el Perú*.
- Viera, M. (07 de setiembre de 2017). Embarazo adolescente en Surquillo. (L. P. Palma, Entrevistador)

Bibliografía

- Calandria. (s.f.). Embarazo adolescente.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública . (2017). *Perfil del niño y adolescente*.
- Delta, G. (07 de setiembre de 2017). Coordinadora de Comunicación de Promsex, comunicadora especializada estudios de género. (L. P. Palma, Entrevistador)
- Expansión. (2011). Porque los adolescentes toman riesgos sin pensar en las consecuencias. . México.
- Fondo de Población de las Naciones Unidas. (2017). *Miradas aparte. El estado de la población mundial 2017*.
- Fondo de población de las naciones unidas. (s.f.). *Perú en cifras*. Obtenido de <http://www.unfpa.org.pe/infosd/peruencifras.htm>
- Ipsos. (2017). *Perfil del Internauta*. Lima.

- Ipsos. (2017). *Perfil smartphonero* . Lima.
- Ministerio de Salud. (2017). *Documento técnico - situación de salud de los adolescentes y jóvenes en el Perú 2017*. Lima: SINCO SALUD.
- Motta, A. (2018). *De la Normativa a la Práctica: la Política de Educación Sexual y su Implementación en el Perú*.
- Palma, L. P. (07 de 09 de 2018). Encuesta sobre percepciones, actitudes y comportamientos de padres de adolescentes. Lima, Perú.
- Promsex. (18 de octubre de 2015). Nada que ver con el embarazo adolescente. Lima, Lima, Perú.
- Universidad Cayetano Heredia e Instituto Guttmacher. (2018). *De la Normativa a la Práctica: la Política de Educación Sexual y su Implementación en el Perú*.
- Viera, M. (07 de setiembre de 2017). Embarazo adolescente en Surquillo. (L. P. Palma, Entrevistador)



ANEXOS

6. ANEXOS

Encuesta elaborada a padres de familia de adolescentes entre los 12 y 17 años

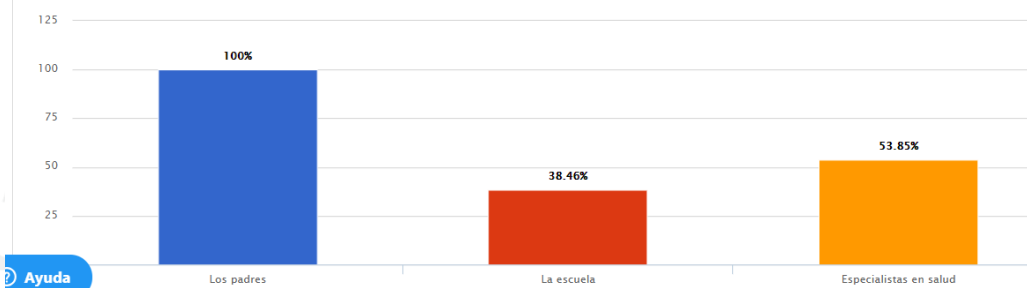
Padres y el embarazo adolescente

REFRESCAR

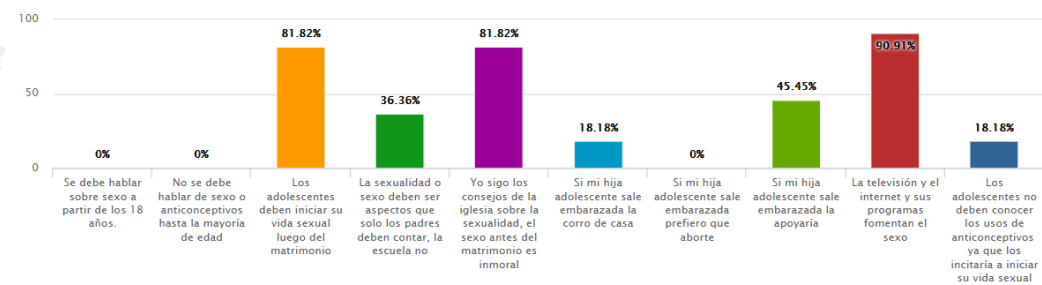
SECCIONES

PERSONALIZAR

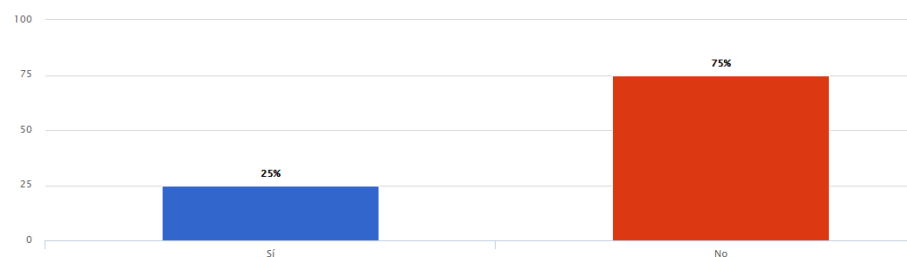
1 Quién cree que debe tocar el tema de sexualidad a los adolescentes



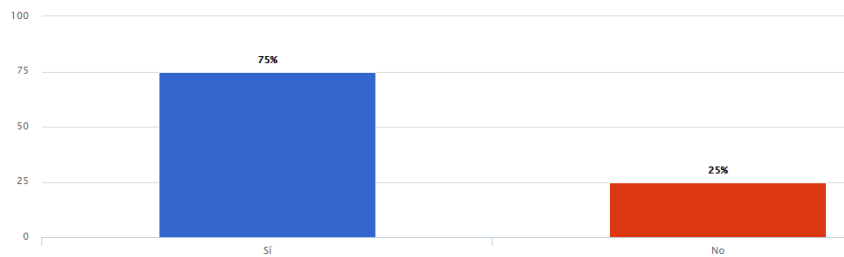
2 Respecto a las siguientes frases, cuáles cree que son ciertas



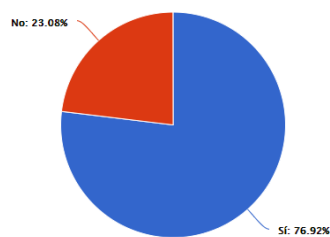
5 Está de acuerdo con que exista un consultorio dentro de los colegios a cargo de especialistas en salud y educación sexual para orientar a los adolescentes



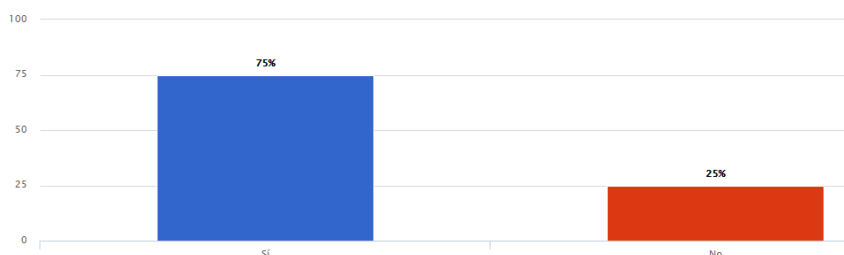
6 De existir una aplicación de celular, elaborada por especialistas del Ministerio de Salud o Promsex que brinde información real sobre sexualidad a los adolescentes para así prevenir embarazos no deseados, enfermedades de transmisión sexual y absolver sus



7 De existir una línea telefónica gratuita para que los adolescentes hagan consultas anónimas sobre el tema a especialistas estaría de acuerdo con que ellos la usen



8 Considera que los adolescentes deben hacerse cargo de su propia sexualidad. Es decir: ser responsables sobre la prevención de embarazos si ya iniciaron su actividad sexual o estar totalmente informados para postergar el inicio de ésta. Mantenerse informado



Entrevista a Grecia Delta, coordinadora de Comunicación de Promsex

- Sobre el embarazo adolescente y la educación sexual
- Validación de estrategia
- Sobre la percepción, actitudes y comportamiento de los padres

Se presentará la grabación en los USB

Entrevista a la Asistente social y obstetriz del Centro de Salud Villa Victoria El Porvenir

- Sobre el embarazo adolescente y la educación sexual
- Sobre la percepción, actitudes y comportamiento de los padres

Se presentará la grabación en los USB

