

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



***TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN***

Estrategia de comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo
adolescente en la I.E. 14793, Sullana 2020

Línea de investigación

Educomunicación

Autora

Br. Zambrano Céspedes, María Del Carmen

Asesora

Ms. Bardales Vásquez, María Isabel

Sullana, 2020

Fecha de sustentación: 2021/01/19

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



***TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN***

Estrategia de comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo
adolescente en la I.E. 14793, Sullana 2020

Línea de investigación

Educomunicación

Autora

Br. Zambrano Céspedes, María Del Carmen

Asesora

Ms. Bardales Vásquez, María Isabel

Sullana, 2020

Fecha de sustentación: 2021/01/19

*A ella en el cielo que me heredó el corazón,
a mis padres, que lo han dado todo y
para mis hermanos, que soñamos juntos.
María del C. Zambrano Céspedes*

AGRADECIMIENTO

Se agradece al Ms. Jorge Alberto Rufino Carreño, director de la Institución Educativa Luciano Castillo Colonna y a su plana docente, por haber brindado facilidades y apoyo para realizar la investigación. De la misma manera se les agradece a los estudiantes de cuarto y quinto que fueron objeto de estudio, por su tiempo y colaboración en el presente trabajo de investigación.

Un especial agradecimiento a mi asesora Ms. María Isabel Bardales Vásquez, por el apoyo constante y el soporte durante el desarrollo de mi investigación.

RESUMEN

Esta investigación se enfocó en determinar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada en la prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020. Se utilizó el diseño descriptivo como método de investigación, se aplicaron técnicas cualitativas (entrevista personal a profundidad) y cuantitativa (encuesta), los instrumentos se validaron bajo el juicio de expertos. Se trabajó con una muestra de 153 estudiantes, se procedió a realizar un muestreo estratificado a fin de aplicar las encuestas de manera equitativa, la cual se distribuyó: en cuarto, 91 alumnos y 62 de quinto de secundaria. Con el resultado de esta investigación se obtuvo que la estrategia de comunicación para el cambio social con la cual se recomienda trabajar la prevención del embarazo adolescente, está vinculada a las herramientas digitales combinada con educación y entretenimiento. Se propone que la estrategia se enfoque en la educación entre pares (adolescentes) y se utilicen las herramientas de comunicación digital que se adapten a las características del público objetivo.

Palabras Claves:

Estrategia de comunicación, cambio social, prevención del embarazo adolescente.

ABSTRACT

This research focused on determining the most appropriate communication strategy for social change in the prevention of adolescent pregnancy in fourth and fifth year high school students at the I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020. The descriptive design was used as a research method, qualitative (in-depth personal interview) and quantitative (survey) techniques were applied, the instruments were validated under the judgment of experts. We worked with a sample of 153 students, a stratified sample was carried out in order to apply the surveys in an equitable manner, which was distributed: fourth, 91 students and 62 from fifth year of secondary school. With the result of this research, it was obtained that the communication strategy for social change with which it is recommended to work on the prevention of adolescent pregnancy is linked to digital tools combined with education and entertainment. It is proposed that the strategy focus on peer education (teenagers) and use digital communication tools that adapt to the characteristics of the target audience.

Keywords:

Communication strategy, social change, prevention of teenage pregnancy.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado en cumplimiento al reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, pongo a su disposición el informe de investigación titulado “Estrategia de comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo adolescente en la I.E. 14793, Sullana 2020”; conducente a obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación. El presente estudio es de tipo descriptivo y se centró en determinar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada en la prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020.

Finalmente entrego este informe que estoy segura, de que constituye un aporte para la comunicación.

María del Carmen Zambrano Céspedes

ÍNDICE

Portada	i
Página de respeto	ii
Contracarátula	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
<i>Abstract</i>	vii
Presentación	viii
Índice	ix
Índice de tablas y figuras	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema de investigación	1
1.2. Enunciado del problema	3
1.3. Objetivos	3
1.3.1. General	3
1.3.2. Específicos	3
1.4. Justificación del estudio	4
II. MARCO DE REFERENCIA	5
2.1. Antecedentes del estudio	5
2.1.1. Internacionales	5
2.1.2. Nacionales	8
2.2. Marco teórico	11
2.2.1. Teoría del cambio	11
2.2.2. Desarrollo de la teoría del cambio	12
2.2.3. Modelos para el cambio social	12
2.3. Marco conceptual	15
2.3.1. Comunicación para el cambio social	15
2.3.1.1. Importancia	16
2.3.1.2. Condiciones para un proceso de comunicación para el cambio social	17
2.3.2. Definición estrategia de comunicación para el cambio social	18

2.3.3. Estrategias de comunicación para el cambio social	19
2.3.4. Herramientas de comunicación para el cambio social	21
2.3.5. Embarazo adolescente	23
2.3.5.1. Conceptualización embarazo adolescente	23
2.3.5.2. Causas embarazo adolescente	24
2.3.5.3. Consecuencias embarazo adolescente	25
2.4. Marco referencial	26
2.5. Sistema de hipótesis	27
2.5.1. Hipótesis	27
III. METODOLOGÍA EMPLEADA	33
3.1. Tipo y nivel de investigación	33
3.2. Población y muestra de estudio	33
3.2.1. Población	33
3.2.2. Muestra	33
3.3. Diseño de investigación	35
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	35
3.4.1. Técnica	35
3.4.2. Instrumento	36
3.4.3. Validez	37
3.4.4. Procesamiento y Análisis de datos	37
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	39
4.1. Análisis e interpretación de resultados cuantitativos y cualitativos	39
4.1.1. características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades	39
4.1.2. nivel de conocimiento, las actitudes y prácticas respecto al embarazo adolescente	45
4.1.3. Determinar cuáles son los canales y herramientas de comunicación	51
4.1.4 matriz de entrevista	57
V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	60
5.1. identificar características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades	60
5.2. determinar nivel de conocimiento, las actitudes y prácticas respecto al embarazo adolescente	62
5.3. determinar cuáles son los canales y herramientas de comunicación adecuados para trabajar el tema de prevención del embarazo adolescente	64
5.4. identificar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada en la prevención del embarazo adolescente	66

VI. CONCLUSIONES	68
VII. RECOMENDACIONES	70
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	75

Índice de tablas y figuras

Tabla 1	34
Tabla 2	35
Figura 1	39
Figura 2	40
Figura 3	41
Figura 4	42
Figura 5	43
Figura 6	44
Figura 7	45
Figura 8	46
Figura 9	47
Figura 10	48
Figura 11	49
Figura 12	50
Figura 13	51
Figura 14	52
Figura 15	53
Figura 16	54
Figura 17	55
Figura 18	56

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

La comunicación para el desarrollo evolucionó a comunicación para el cambio social y en esta transformación se han mantenido las bases y además se han incluido las particularidades fundamentales: diálogo, tomas de decisiones y apropiación de medios de comunicación.

Para Gumucio (2011) la comunicación para el cambio social (CCS) es aquel proceso que se lleva a cabo en los proyectos, aquellos donde las personas expresan su voz, participan y se involucran en ellos. El propósito de la CCS, según la definición de Gumucio es que los miembros de la comunidad, considerados agentes de cambio se involucren en los procesos del proyecto.

Es la estrategia de comunicación para el cambio social, el elemento esencial para la ejecución de proyectos sociales, como es el caso de proyectos programáticos orientados a la prevención, concientización y disminución del embarazo adolescente. Esto por lo que su funcionalidad recae en la transmisión de mensajes y el logro de objetivos. Las estrategias de comunicación para el cambio social deben ser de acuerdo a las características del entorno donde se va a desarrollar el proyecto; ya que no se puede indicar una estrategia a todas las comunidades por igual.

Hay una alta probabilidad de que estas madres jóvenes abandonen la escuela y por consecuencia tengan menos acceso a oportunidades. Esto se ve respaldado en lo que señalan Mendoza y Subiría (2013) cuando se refieren a que el embarazo en la etapa de la adolescencia genera muchas limitaciones que afectan directamente sus derechos y oportunidades. Lo que se verá reflejado en su adultez teniendo como consecuencia probabilidades altas de pobreza.

Según las estimaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en la actualidad a nivel mundial aproximadamente 16 millones de niñas entre 15 y 19 años dan a la luz un hijo, mientras que un millón de niñas menores de 15 años se convierten en madres (WHO, 2014).

En el informe que ha sido publicado por la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS), Fondo de las Naciones

Unidas para la Infancia (UNICEF) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA,2018), se señala que el tipo de problemáticas como embarazo adolescente puede ser minimizado con la ejecución de proyectos multisectoriales de prevención enfocados directamente en beneficiarios que se encuentren en situación de vulnerabilidad.

En el Perú, se cumplen treinta años sin que la cifra de embarazo adolescente disminuya (Promsex,2020). Además, en un reporte realizado por el Ministerio de Salud, se indica que hasta julio del 2020 se han registrado 26 400 partos en menores de 19 años (Minsa,2020).

Asimismo, la Dirección Regional de Salud en la región Piura, señala que 14 de cada 100 adolescentes de 15 a 19 años de edad son madres o están embarazadas por primera vez (Diresa,2019). El porcentaje de embarazo adolescente presentado en Piura se encuentra por encima de promedio nacional que es 13.5 %, según el documento “Maternidades en las adolescentes de 15 a 19 años de edad del INEI” (2019) (INEI,2019).

Al analizar los datos mencionados se advierte que Piura a nivel nacional no se encuentra entre los primeros lugares, pero que si tiene un porcentaje representativo que indica un problema.

Según el reporte de embarazos adolescentes de la Subregión de Salud Luciano Castillo Colonna (2020), en lo que va del año, se han registrado 630 embarazos adolescentes, de los cuales encabeza la lista los distritos de Tambogrande (131), Sullana (95), Bellavista (60) y Ayabaca (50).

En el distrito de Bellavista se puede observar en el reporte, que tiene una tasa de embarazo adolescente de 17.5% En dicho distrito se encuentra la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, donde se han registrado casos de embarazo adolescente en los últimos años en el nivel secundario, principalmente en los últimos grados lo que ha generado deserción escolar y sueños truncados. Las familias que pertenecen a la institución son de bajos recursos, además se encuentran casos de hogares disfuncionales, algunas madres jóvenes con gran cantidad de hijos. Los alumnos son adolescentes con acceso a los programas del estado, por su situación económica. Su principal responsabilidad es académica; La mayoría de los adolescentes tienen acceso y manejo de internet.

Son muchos los proyectos implementados que trabajan acciones y diseñan estrategias de comunicación para el cambio social con el objetivo de disminuir esta problemática del embarazo adolescente. En la provincia se han ejecutado proyectos como, “El arte para prevenir el embarazo en adolescentes” o “Prevención del embarazo adolescente”; sin embargo, muchas veces estos proyectos no han generados grandes cambios, ya que se opta por trabajar acciones que incluyen solo información de protección del embarazo y que son dirigidas por el personal de salud y no por especialistas en educación o comunicación.

La comunicación para el cambio social es uno de los campos de acción que puede abordar el problema de tal manera que puede aportar con las estrategias y herramientas de comunicación dirigidas a los beneficiarios, que además contribuya en mejorar el proceso del trabajo en prevención del embarazo adolescente

1.2. Enunciado del problema

¿Cuál es la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada en la prevención del embarazo adolescente en los estudiantes en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Determinar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada en la prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020.

1.3.2. Específicos

- a. Identificar las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

- b. Especificar el conocimiento, actitudes y prácticas respecto al embarazo adolescente de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.
- c. Explicar cuáles son los canales y herramientas de comunicación adecuados para trabajar el tema de prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

a. Justificación del estudio

Teórica

La presente investigación se realiza con el objetivo de aportar a través de las posturas teóricas de la Educomunicación en las investigaciones, esto se consigue con el diseño, desarrollo y planteamiento de estrategias que contribuyan a minimizar problemáticas sociales con la combinación de educación y comunicación.

Metodológica

Con esta investigación se pone a disposición de otros investigadores el instrumento utilizado, éste podrá ser adaptado para futuros estudios bajo la misma línea o tema de indagación.

Social

La problemática de embarazo en la adolescencia se presenta en los estudiantes de cuarto a quinto año de secundaria de la Institución Educativa N°14793 Luciano Castillo Colonna, se pretende contribuir al desarrollo social, emocional y económico de los y las adolescentes de la institución; a través de conseguir una propuesta alineada a las características de los beneficiarios. Se pretende causar impacto en los adolescentes a través del fortalecimiento de conocimientos.

Practica

Así como servir de referencia para la aplicación o ejecución de proyectos sociales en los que se incluyan procesos de comunicación para la solución de problemas teniendo en cuenta el entorno social, cultural y características del público objetivo.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

Para este trabajo se han recopilado las siguientes investigaciones nacionales e internaciones relacionadas con el tema.

2.1.1. *Internacionales*

Amado (2016), en su tesis de licenciatura *Estrategia de comunicación para la prevención del segundo embarazo (subsecuente) en jóvenes entre los 14 y 18 años pertenecientes a la ladera de la ciudad de Cali*, utilizó un enfoque cualitativo para desarrollar su investigación y como instrumentos de recolección de datos, la encuesta semi estructurada y el grupo focal. Asimismo, trabajó con una población de seis adolescentes.

Las conclusiones del trabajo son:

Se identificó que las campañas de comunicación o las estrategias de prevención, no son tan impactantes o simplemente no son recordadas por los adolescentes o público objetivo. Los y las adolescentes comentan no recordar campañas o programas que se encarguen de trabajar temas de sensibilización en el tema de embarazo adolescente.

El autor concluye que lo que mencionan los adolescentes sumado al desinterés por el tema de prevención por parte de ellos mismos genera que no esté siendo sensibilizado el tema. Además, se puede afirmar que la falta de información con respecto a la prevención del embarazo adolescente no es el problema central, más bien es la falta de sensibilización que hay entre las parejas y familias.

La estrategia de comunicación más adecuada para los adolescentes puede ser aquella que les presenta historias de vida reales en las cuales los y las adolescentes pueden identificarse y tomar interés en los programas para jóvenes donde puedan acceder a métodos de planificación y controles.

Se puede concluir con la investigación que los programas de prevención podrían implementar actividades en la escuela donde se incluya temas

artísticos para exponer las experiencias combinadas con temas de proyecto de vida. Se ha considerado este antecedente porque hace énfasis en incluir una estrategia de comunicación para el cambio social entre las estrategias en los proyectos que buscan prevenir el embarazo adolescente y con esto conseguir que se vaya encontrando maneras de como sensibilizar a los jóvenes en este tema utilizando estrategias que incluyan temas artísticos, y aspectos con los que se identifiquen.

De López (2014) la tesis de la licenciatura *Diseño de una estrategia de comunicación (2014-2016) para aportar a la prevención de embarazos no planeados en adolescentes que estudian en la institución educativa santa librada de la ciudad de Cali*. El autor utilizó un enfoque cualitativo para desarrollar su investigación, y como instrumentos de recolección el grupo focal y la entrevista semiestructurada. Trabajó con una población de ocho adolescentes.

La autora concluye:

Existe una tendencia en que los y las adolescentes tienen prácticas que afectan a su desarrollo personal entre las cuales se menciona el fumar, tomar en exceso y tener relaciones sexuales sin ningún tipo de protección. Además, se puede identificar que sus comportamientos están vinculados a las creencias del contexto que los rodea, cayendo en errores guiados por mitos que no tienen éxito como método de prevención.

Se debe implementar campañas comunicacionales en las cuales se incluya historias de personajes que se acerquen a la realidad y que los y las adolescentes puedan identificarse con los comportamientos de los personajes. Se propone que los programas de sexualidad sean tratados de manera creativa de la mano de los profesores y que sean incluidos en las aulas de clase pero que sean tratadas como las haría un sexólogo para asegurar que el mensaje sea el correcto.

La importancia de este antecedente radica en que se identifica la necesidad de combinar la estrategia de comunicación con la educación y el tema

técnico sin pasar por alto las creencias y otros aspectos culturales de los beneficiarios para poder diseñar estrategias para la problemática del embarazo adolescente.

Bacher y Alzueta (2020), en su artículo *Comunicación y educación en la prevención del embarazo no intencional en la adolescencia*, utilizaron un enfoque cualitativo para desarrollar su investigación. Y como instrumento de trabajo de campo desarrollaron cuatro talleres.

En su investigación las autoras concluyen:

Las y los adolescentes adquieren características según su contexto, el propósito de hacer talleres con información valiosa abarca la necesidad de informar y empoderar con conocimiento a los jóvenes para que ellos puedan disfrutar de salud, bienestar y dignidad que les permita iniciar relaciones sociales y sexuales basadas en el respeto.

La comunicación es apreciada por las y los adolescentes como mecanismo de transformación, Es importante señalar que se espera poder profundizar los temas de derechos sexuales y reproductivos en producciones multimediales en los que se genere visibilización de la problemática que atraiga la atención de los y las adolescentes y que incentive la participación de ellos para trabajar la sensibilización.

Las y los adolescentes señalan la importancia de que los mensajes sean creados por ellos mismos desde su perspectiva y que estos sean difundidos por medios masivos, como la radio porque pueden romper mitos y puede ser atractivo para sus pares (otros adolescentes).

La idea central de esta investigación es colocar a la comunicación como un derecho humano, en el cual los adolescentes tienen el poder de seleccionar la información para ser aplicada en su comportamiento y que esto genere cambios que finalmente contribuya no solo en ellos sino en sus comunidades.

Esta investigación es importante ya que recalca el valor de la comunicación en diseñar estrategias que sean atractivas para el público objetivo para que

este se interese en la información de los proyectos y quieran involucrarse para generar un cambio en su comunidad considerando sus comportamientos y actitudes.

2.1.2. Nacionales

De Baldeón (2018) la tesis de licenciatura *Estrategias de Comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y escuelas que cambian tu vida en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho*. El autor utilizó un enfoque cuanti–cualitativo para desarrollar su investigación, y como instrumentos de recolección entrevista semiestructurada, grupo focal, observaciones no participantes. Se trabajó con una población de 71 personas entre adolescentes, docentes y padres de familia.

En esta investigación la autora concluye:

Cuando los elementos culturales son incluidos en los recursos de comunicación, los miembros de las comunidades valoran mucho más y se interesan por involucrarse en los procesos. Tal como es el caso de esta investigación en las que se propone dinámicas diseñadas con el objetivo de que los beneficiarios asuman roles en las aulas de clases. Esto a través de la propuesta de implementar una línea gráfica con los elementos tradicionales de la comunidad para que esto genere una mejor comprensión de la estrategia.

La investigadora propone utilizar una estrategia que incentive a generar relaciones interpersonales entre los involucrados en el proceso del proyecto social.

La estrategia de comunicación para el cambio social que busca incluir la participación de los participantes del proyecto social es apreciada de manera positiva; ya que el involucrar a los beneficiarios crea compromiso, confianza, solidaridad, trabajo colaborativo y sobre todo aprendizaje.

Este antecedente aporta en la investigación; ya que se determina la importancia de incluir elementos culturales en las estrategias de comunicación para generar identidad entre los beneficiarios del proyecto.

Garate (2018), en su tesis de licenciatura *Comunicación y empoderamiento de la mujer: Estrategia de comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local*, utilizó un enfoque cuanti-cualitativo para desarrollar su investigación, y como instrumentos de recolección de datos, encuesta, una entrevista a profundidad, observación participante. Asimismo, trabajó con una población de 61 personas.

En la investigación la autora concluye:

La importancia de implementar una estrategia de comunicación radica en que se oriente en impulsar la visibilidad de los participantes y las actividades programadas incluyendo el reconocimiento y empoderamiento de los miembros de la comunidad.

Se identifica en la investigación que los miembros de la comunidad relacionan a la comunicación solo con la acción de intercambio de mensajes más no como una estrategia que brinda herramientas para el desarrollo social, cultural y económico de la comunidad.

La estrategia de comunicación debe incluir objetivos claros que se construyan de manera participativa con la comunidad para haya un mejor involucramiento de los actores sociales que se ven involucrados en el proceso del proyecto social generando mejores relaciones sociales.

Esta investigación aporta porque indica la importancia de involucrar a los actores sociales y de trabajar de manera participativa con ellos, además de reconocer su trabajo y visibilizarlo.

Yagui (2020), en su tesis *Estrategias de comunicación en campañas de salud para prevenir el embarazo adolescente en lima. Caso: "todo a su tiempo, tú decides"*, utilizó un enfoque cuantitativo y cualitativo para desarrollar su investigación y como instrumentos de recolección de datos, análisis de contenido, entrevistas a profundidad y encuesta.

La autora concluye:

Los adolescentes necesitan una estrategia que en la que se incluya la aceptación y el relacionamiento horizontal; ya que se puede asegurar la receptividad y el relacionamiento abierto generando reacciones favorables en la recepción de la información. Los mensajes deben ir alineados en el tema de prevención mas no de abstinencia; ya que se comprobó que se tiene mayor impacto.

Los materiales audiovisuales fueron difundidos principalmente por redes sociales, ya que es el principal canal que utilizan y prefieren los adolescentes para que se les informe.

La estrategia lúdica de presentar la información fue la que tuvo mayor acogida durante el desarrollo de la campaña, ya que es donde hubo mayor interacción y participación por parte de los y las adolescentes, sin embargo, se debe tener en cuenta la información que se va a compartir, debe ser novedosa y atractiva para ellos.

La autora de la investigación aporta que la estrategia de comunicación a utilizarse en este tipo de procesos debe considerarse multidimensional; ya que se debe considerar no solo informar, sino que haya un proceso de aprendizaje que incluya participación de ambos sexos, experimentación y reflexión.

Esta investigación es importante porque recalca el interés de tener una estrategia y que en esta se incluyan acciones que permitan llegar a las poblaciones de manera creativa y atractiva sin olvidar el mensaje que se desea hacer llegar. Además de fomentar la interacción y la participación activa de los adolescentes.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Teoría del cambio

Para Rogers (2014, p. 1) una teoría del cambio es una técnica que se utiliza para presentar de manera gráfica el proceso de una intervención social. En otras palabras, se puede entender que la teoría del cambio es una herramienta de planificación importante, por su naturaleza, en el diseño y evaluación en los programas con enfoque social.

La teoría del cambio muestra cómo las actividades diseñadas para proyectos o políticas sociales puedan generar resultados finales positivos.

Se puede aplicar una teoría del cambio en cualquier parte del proceso de intervención de un proyecto, estrategia, programa, política u organización (Rogers, 2014).

Se sugiere realizar una teoría de cambio en dos momentos: cuando se identifica y planifica los objetivos y las actividades de una intervención y cuando se presenta una intervención que debe adaptarse a un problema totalmente nuevo y a las decisiones de los beneficiarios y/o personas involucradas. Para poder lograr metas realistas, se debe implementar un diseño de teoría del cambio, pues se puede determinar la situación actual, básicamente necesidades y oportunidades con el objetivo de trazarse que se quiere alcanzar.

Se plantean distintas maneras de desarrollar y presentar una teoría del cambio; Sin embargo, en la evaluación del impacto se examina, revisa y procede a recopilar datos para ser analizados y divulgados.

2.2.2. Desarrollo de la teoría del cambio

Rogers (2014) plantea seguir el siguiente proceso en una teoría del cambio:

Primero, se debe analizar la situación, en esta etapa se identifica el problema al cual se le va a hacer la intervención, las causas y sus consecuencias. Detectar oportunidades, iniciativas y/o recursos. No importa el avance que en el que se encuentre el proyecto, igual se debe realizar este paso.

Luego se procede a determinar cuáles son los aspectos del problema identificado en los que se va a intervenir para así aclarar los resultados e impactos que se desean conseguir. Una vez realizados los dos pasos anteriores se procede a diseñar y desarrollar una teoría que exponga cómo se va a pasar de la situación actual a la situación de cambio.

La teoría debe tener dos partes en las cuales, la primera presenta cómo se logrará el cambio (por ejemplo, mediante la disuasión) y la segunda sobre el modo o a través de qué se realizará.

Rogers (2014, p. 3) propone que, se combine información y procesos, entre los que se incluyen evaluación de necesidades, objetivos documentados, estudios previos sobre programas o proyectos parecidos, puntos de vista de expertos, opinión de personas involucradas, teorías que planteen cómo se produce el cambio.

En la presentación de una teoría del cambio de manera gráfica se puede presentar una figura en la cual se detallen los aspectos: Insumos, actividades, productos, resultados e impacto (Rogers, 2014) Se debe mostrar por aspecto de la intervención en la cual se determinan la actividad o la información relevante para cada uno.

2.2.3. Modelos para el cambio social

Según Gumucio (2011) en la comunicación para el cambio social no existe una receta; sin embargo, se entiende que se pueden seguir modelos que permitan realizar un proyecto ordenado en etapas.

La idea de tener un modelo base que permita diseñar un programa social es asegurar que se llevará un proceso ordenado y organizado, de manera que no se descuide ningún aspecto importante en la intervención. Los modelos siempre van a ser referenciales, lo que quiere decir que no se debe copiar programas de otras realidades.

Existe un modelo desarrollado por Comunicación para el Cambio Social (C–Change) en colaboración con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) proponen el Modelo de Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento, el cual nos dice:

El modelo de comunicación para el cambio social tiene tres características claves.

La primera es que se desarrolla de manera sistemática a través de cinco pasos que son:

- Comprensión de la situación.
- Enfoque y diseño de la estrategia.
- Creación de intervención y materiales.
- Implementación y monitoreo.
- Evaluación y nueva planificación.

La segunda característica del modelo está en el uso de un modelo socio-ecológico como marco de comprensión. El modelo socio-ecológico se basa en teorías/enfoques provenientes de diversas disciplinas que incluyen la ciencia política, sociología, psicología y comunicación y desde ellos considera el comportamiento individual como producto de múltiples influencias individuales, sociales y ambientales que se traslapan. Además, incluye el cambio individual, pero a la vez apunta a influir en el contexto social en que actúan los individuos.

Adicionalmente, este modelo incluye unos elementos comunes que permiten analizar de manera transversal las variables/categorías en las que se expresan las barreras o los cambios que requiere un problema para alcanzar la situación ideal y que son: información, motivaciones, capacidades y normas.

La tercera característica es la utilización de estrategias para abordar el cambio en todos los niveles del modelo socio ecológico: comunicación para el cambio del comportamiento, que posibilita cambios en los individuos; movilización social, que permite articular en la perspectiva del cambio a diferentes actores en los entornos comunitarios y locales; y, promoción y defensa, que apunta a incidir en decisores de tal forma que logren compromisos de liderazgo social y político, que se evidencien por ejemplo en la generación o fortalecimiento de programas y políticas públicas o en la asignación de recursos. Estas estrategias se desarrollan a su vez en un

'continúo de planificación' a través del cual pueden ser desarrolladas y combinadas en cualquier orden, según el problema que se está abordando, las políticas establecidas para afrontarlo y las organizaciones/recursos que ya están trabajando sobre esos problemas.

Cabe resaltar que cada comunidad tiene hábitos distintos y los modelos de comunicación para el cambio social se implementarán de acuerdo con las características de la comunidad a trabajar cada proyecto.

El modelo propuesto por Figueroa y Kiancaid (2001) muestra un proceso repetitivo donde el diálogo público y la acción colectiva se articulan en forma conjunta para producir un cambio social.

Lo que quiere decir que, este modelo muestra un proceso dinámico donde existe un estímulo (interno o externo) por parte de la comunidad y esto genera un diálogo, que de resultar exitoso producirá acción colectiva y una posible solución.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Comunicación para el cambio social

La Communication for Social Change Consortium (2003) define a la comunicación para el cambio social como “el proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación de todos”. (p.37)

Gumucio-Dagrón (2011) en una entrevista realizada por Servindi en el marco de las Jornadas de Comunicación Intercultural y Democracia afirmó que la comunicación para el cambio social es esencialmente dialogar y facilitar procesos de participación social.

Esta definición tiene sus bases en la comunicación para el desarrollo; sin embargo, la comunicación para el cambio social por el carácter participativo involucra a los miembros de una comunidad para definir las propuestas de acción. La importancia de la comunicación para el cambio social recae no en la importancia de los instrumentos o los medios, sino en el proceso comunicativo y que este cumpla su objetivo de desarrollo.

Salas (2017) plantea:

Una comunicación de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y tiene como fin potenciar la presencia de éstas en la esfera pública. Lo consigue a través de un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las personas y las comunidades definen quiénes son, de qué disponen, cuáles son sus necesidades y cómo conseguir satisfacerlas para mejorar sus propias vidas. El diálogo se convierte en una herramienta para la identificación colectiva del problema, la toma de decisiones y la aplicación en la comunidad basada en soluciones a los problemas de desarrollo. (p.104)

De la definición anterior se puede resaltar la idea de diálogo que propone la autora y que en realidad es una de las características principales de la comunicación para el cambio social. Cabe resaltar que cuando se habla de diálogo se busca que este proceso comunicativo se cumpla con éxito.

Finalmente se recalca que es un modelo necesario para la sociedad que ayuda a una población determinada a cambiar hábitos y actitudes para el bienestar masivo y no personal.

2.3.1.1 Importancia

La comunicación participativa y la comunicación para el desarrollo se fusionan para fortalecer el concepto de comunicación para el cambio social. Para Gumucio-Dragon (2011), la principal diferencia de la comunicación para el cambio social con otras ramas es que lo colectivo está por encima de lo individual, el cambio que se espera es masivo. Lo que quiere decir es que la Comunicación para el cambio social, por su naturaleza participativa de la misma comunidad que trabaja para el cambio tiene más fortaleza sobre otras ramas de la comunicación.

La característica principal de la comunicación para el cambio social (CCS) es la de la promoción de dialogo que traerá como consecuencia diagnosticar e identificar el problema, además permitirá tomar decisiones basada en la generación de desarrollo sostenible y la ejecución en una comunidad.

Salas (2017) afirma que la CCS, facilita la identificación de los obstáculos, la definición de objetivos y desarrolla estructuras de comunicación, procesos y el empleo de los medios u otras herramientas para que se llegue a la consecución exitosa de tales objetivos.

Otra característica importante para la comunicación para el cambio social es la del involucramiento con los miembros de la comunidad, Valdés (2017) nos dice que, es importante que las comunidades tengan el poder de tomar decisiones. Lo que se entiende desde el punto que los miembros involucrados de las comunidades son los mismos agentes de cambio y que la decisión está en sus manos, esta idea nos aclara que la comunicación para el cambio social ha dado un giro y que como dice la autora los miembros de la comunidad pasaron de ser objetos del cambio a agentes de cambio. La idea es empoderar a los agentes de cambio y darles la responsabilidad de generar su propio cambio.

La CCS es una comunicación horizontal, en este proceso no hay jerarquías, todas las ideas son importantes y tiene un carácter aportador, es decir que las ideas que la comunidad tenga pueden aportar y generar nuevas oportunidades al proceso de cambio.

Condiciones para un proceso de comunicación para el cambio social

Para Gumucio-Dragon (2011), existen cinco importantes:

- Participación colectiva y la apropiación del proceso de comunicación: Cuando se habla de esta condición se hace referencia a la aceptación del proyecto y la convicción por participar y sentirse parte de este.
- Tomar en cuenta el contexto cultural y el lenguaje que se utiliza en el entorno: Esto generará que todas las estrategias sean más funcionales y no se trabaje en base a suposiciones.
- La generación propia de contenidos, el aprendizaje equitativo y rescatar el saber generacional:

- El uso adecuado de la tecnología para que cumpla con los objetivos planteados del proceso comunicacional y que los actores se sientan seguros al poder utilizarlos.
- El intercambio de información y la formación de redes: Se hace referencia al proceso de retroalimentación que debe tener el proyecto basado en los objetivos.

Para que se dé un proceso de comunicación para el cambio social la comunidad escogida debe tener en cuenta las condiciones mencionadas líneas arriba frente al proceso de cambio.

2.3.2. Definición estrategia de comunicación para el cambio social

Para Rodríguez, Obregón y Vega (2002), “La estrategia de comunicación es un proceso estructurado de actividades comunicativas que se desarrollan con el propósito de alcanzar determinados objetivos” (p. 26).

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (2008) afirma: “Estrategia de comunicación es una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr determinados objetivos-o resultados- a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación” (p. 8).

Las definiciones señaladas por los autores, coinciden en que las estrategias de comunicación deben ser planificadas para el logro de objetivos. La segunda definición aporta el uso de técnicas, enfoques y métodos de comunicación para el diseño de estrategias que se incorporen en los proyectos sociales

En tanto, Massoni (2003) indica que la estrategia de comunicación se construye a partir del encuentro de elementos socioculturales de los beneficiarios.

En el diseño de la estrategia de comunicación para el cambio social se debe considerar: objetivos del proyecto, público meta, mensajes, canales y herramientas y evaluación (COSUDE, 2016).

Ahora, se considera que la estrategia de comunicación para el cambio social según los autores antes mencionados, hay una serie de elementos que deben ser identificados para el diseño de estrategias. Cabe señalar que estas características definen a cada contexto donde se ejecutan los proyectos, es aquí donde radica la importancia de considerar estos elementos para asegurar el logro de objetivos.

A partir de las definiciones de los autores se puede construir la definición de la estrategia de comunicación para el cambio social, como el proceso estructurado de actividades basado en las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades, hábitos, acceso y preferencia de canales y herramientas de comunicación de los beneficiarios donde se va a desarrollar el proyecto.

- Características sociodemográficas: se considera como el indicador que revela la situación social y demográfica de una persona o grupo de personas. Estos construyen la identidad del grupo (Pérez, 2020). Los indicadores pueden ser: nivel educativo, nivel económico, nivel sociocultural.
- Aspiraciones y necesidades: Se encuentra que las aspiraciones serán "las representaciones que se hacen los individuos y los grupos acerca del estado de cosas, personales o sociales, que desean para el futuro y que caracterizan como lo mejor" (PNUD, 2000, p. 58). En las que pueden encontrarse aspiraciones profesionales, académicas, sociales, familiares
- En el caso de las necesidades serán aquellas carencias que se convierten en importantes y se desean alcanzar motivando a actuar con el objetivo de ser logradas (PNUD, 2000).
- Canales y herramientas de comunicación: La comunicación para el cambio social, propone herramientas que pueden ser adaptadas al público objetivo, teniendo en cuenta su entorno y cultura y acceso en las que se pueden utilizar distintos canales.

2.3.3. Estrategias de comunicación para el cambio social

Rodríguez, Obregón y Vega (2002) indican siete estrategias:

- **El mercadeo social**

En esta estrategia se pretende utilizar las técnicas del mercadeo en proyectos sociales, pero marcando una diferencia por la diferencia de propósitos que se tiene entre una campaña comercial de un proyecto social. En este caso se describe a 5 P: Producto, Precio, Posición, Promoción y Posición Psicológica.

- **Combinar educación con entretenimiento**

Se propone con esta estrategia una alianza entre especialistas en educación y entretenimiento, estos especialistas en entretenimiento pueden fortalecer los mecanismos para llegar a los públicos objetivos, además de tener habilidades que muchas veces los encargados de proyectos sociales no tienen. En otras palabras, se busca tener más llegada a la población.

Media advocacy

En esta estrategia se busca involucrar a los medios de comunicación a producir contenidos con problemáticas sociales e incluirlos dentro de su programación con el propósito de generar conciencia. El propósito de esta estrategia es promover el debate público para propiciar condiciones necesarias que presenten cambios estructurales.

- **Periodismo cívico**

Se busca integrar a las audiencias con los medios informativos, en otras palabras, abrir canales donde las comunidades puedan exponer sus problemáticas y sean escuchados en medios más formales y que además sean incluidos en agendas políticas.

- **Mobilización social**

La movilización social busca que se involucre actores de influencia en los proyectos, es decir que en el caso de un proyecto social haya muchos involucrados que desde su campo de acción puedan intervenir y aportar al proyecto.

- **Mecanismos para la construcción de la pluralidad, consenso y decisión**

Esta estrategia propone construir mensajes o acciones que sean lo más pegadas a las características de los involucrados y que sean dirigidas a

obtener un consenso en la comunidad; ya que no todas las personas tienen las mismas características y predisposición frente a un cambio.

Se pueden indicar algunas estrategias para tener una referencia, sin olvidar la importancia que tiene el desarrollar estrategias adecuadas y/o basadas en los lugares a trabajar.

2.3.4. Herramientas de comunicación para el cambio social

La comunicación para el cambio utiliza herramientas que “promueven la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, medios comunitarios y tecnologías modernas de información” (COSUDE,2016). La guía práctica de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE. Comunicación para el desarrollo (2016). Propone las herramientas divididas en tres grupos:

a. Comunicación interpersonal

En este grupo se hace referencia al tipo de comunicación que puede utilizarse mediante:

- Asambleas y cabildos: Se caracteriza por ser directa y emocional. Se recomienda utilizarla para los primeros contactos en comunidad, verificación de resultados y mediación de conflictos.
- Visitas de campo: Se hacen en grupos por lo general para conocer la realidad o para afianzar dialogo con los miembros de la comunidad. Se recomienda realizarla para facilitar la gestión dentro del a comunidad.
- Actividades culturales en calles y plazas: Esta herramienta es una de las recomendadas; ya que por lo general es la que después de realizada es más recordada. Presenta muchas emociones y se pueden utilizar para hacer creaciones con pintura, festivales, teatro.
- Exposiciones y ferias: Este tipo de herramienta sirve para mostrar a la comunidad de manera presencial productos terminados o conseguidos a través de los proyectos.

- Seminarios y talleres: Esta herramienta facilita el intercambio de opiniones o saberes sobre un tema o realidad. Se trata de contactar a especialistas para que hagan ponencias y estas puedan ser replicadas.

b. Medios tradicionales

Mediante este grupo de herramientas se pueden utilizar:

- Productos impresos: esta se utiliza por lo general para informar de manera masiva, documentar testimonios o experiencias. Se recomienda utilizar imágenes de calidad.
- Radios comunitarias: Es una de las más utilizadas en las comunidades por su cercanía a los miembros de la población.
- Videos audiovisuales: Esta herramienta es muy didáctica y llama la atención. Tiene gran impacto para la presentación de historias o representaciones cotidianas para poder sensibilizar.
- Campañas en centro educativos: Esta herramienta es muy importante porque se tiene el respaldo del espacio de la escuela y además se puede utilizar para combinar herramientas que les llame la atención a los jóvenes como el teatro o concursos lúdicos.

c. Medios nuevos

Este grupo junta a las herramientas vinculadas a la tecnología y la actualidad y se usa mediante:

- Los medios sociales: en este grupo se encuentran las redes sociales. Esta herramienta se ha convertido en una muy importante por el alcance que tiene y la capacidad de llegada a más personas. Se debe tener en cuenta que la información en redes debe ser actualizada y novedosa
- Narraciones digitales: Las narraciones digitales son las historias que se recrean para plataformas virtuales son tendencia actualmente; por su proximidad a las personas; ya que generan que las personas se identifiquen con las historias. Muchas veces no necesitan de grandes producciones y se pueden hacer con equipos que se tienen en las casas.
- Boletines electrónicos: Esta herramienta es utilizada para que los ejecutores de los proyectos puedan mostrar el trabajo realizado con los beneficiarios y pueda llegar a más personas

- Juegos en línea: Se realizan en esta herramienta todo tipo de juegos interactivos en plataformas digitales con el propósito de explicar algún tema o abordar alguna problemática.

Se debe resaltar que para que los adolescentes puedan escoger una herramienta de comunicación va a tener que considerar su acceso y utilidad, ya que esto podría asegurar una participación activa de los beneficiarios. Puede suceder que, según las características encontradas en la comunidad a trabajar, resulte y se sugiera la idea de trabajar con herramientas combinadas y que entre sí sean del agrado de los adolescentes, en este caso.

2.3.5. Embarazo adolescente

2.3.5.1. Conceptualización embarazo adolescente

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), el embarazo adolescente es “la gestación que se presenta en los primeros años de edad ginecológica y/o cuando el adolescente mantiene la total dependencia social y económica de la familia parental” (OMS, 2018).

El embarazo adolescente o precoz, según Abad y Rodríguez (2009), es aquel que se origina en una adolescente: entre la adolescencia inicial (comienzo de la edad fértil) y el final de la adolescencia.

Se entiende de las definiciones anteriores que este tipo de embarazo que se presenta en la adolescencia entre los 10 años y los 19 años, edad que según la OMS es el final de la adolescencia es denominado “embarazo adolescente o precoz” y por la edad donde se produce tiene un alto nivel de riesgo en las y los adolescentes afectando su desarrollo físico y psicosocial.

El embarazo adolescente y sus complicaciones son la segunda causa de muerte en las adolescentes entre 15 a 19 años a nivel mundial (OMS,2020)

2.3.5.2. Causas embarazo adolescente

Por un lado, existe una variedad de factores que pueden causar el embarazo adolescente, muchos de estos se encuentran relacionados a las características del hogar, niveles de educación, condición económica de la familia; sin embargo, esta última no es excluyente. También se debe incluir dentro de las causas el acceso a educación sexual y prevención. “Los

mayores porcentajes de adolescentes que son madres o están embarazadas se presentan en mujeres con educación primaria (41,7%)” (ENDES,2019).

Entre los factores que causan el embarazo, citados en el reporte: El embarazo en la adolescencia “un problema de salud pública y de derechos humanos” (2013) y en la Guía de Prevención del Embarazo en la Adolescencia en Guatemala se destacan:

- Inicio temprano de las relaciones sexuales
- Falta de proyecto de vida
- Violencia psicológica, física y sexual
- Falta de comunicación
- Patrones hereditarios.

Se recomienda que los y las adolescentes inicien su vida sexual debidamente informados sobre prevención para que no trunquen su futuro y puedan acceder a mejores oportunidades, además se propone que se considere no iniciar a tener relaciones sexuales en tan temprana edad. (Quesada,2011)

La idea es que los adolescentes puedan acceder a información antes de iniciar una vida sexual, ya sea por programas de prevención del embarazo o en temas de sexualidad que les permita tener conocimiento a lo que se pueden enfrentar o las consecuencias que trae el inicio de la vida sexual.

2.3.5.3. Consecuencias embarazo adolescente

Por otro lado, se tienen las consecuencias que generan el embarazo en la adolescencia, éstas están relacionadas por involucrado: Madre, hijo, padre, familia; ya que todos finalmente se van a ver afectados de manera directa o indirecta por el problema. “Ocho de cada diez niñas y adolescentes embarazadas abandonan la escuela” (MINEDU, 2016). Entre las consecuencias del embarazo adolescente, citados en el reporte: El embarazo en la adolescencia “un problema de salud pública y de derechos humanos” (2013) y según el Ministerio de salud pública y asistencia social (2014) se presentan:

Consecuencias para la madre: En el aspecto físico puede padecer enfermedades durante la gestación como desnutrición, anemia. El cuerpo de la adolescente algunas veces puede no encontrarse en adecuadas condiciones por lo que puede correr el riesgo de muerte en el parto por las complicaciones que se pueden presentar. Los estudios muestran que el embarazo es la segunda causa que produce la muerte en adolescentes (OMS,2018). En el aspecto social, las consecuencias se presentan en la deserción escolar, que no es otra cosa que el abandono de la escuela. Las madres adolescentes no asisten a las clases y terminan truncando sus estudios, además de las consecuencias psicológicas ya sea porque no convive con la pareja o porque se siente discriminada o juzgada. Se incluye la dependencia económica como una de las consecuencias, ya que la madre se queda con el niño.

Consecuencias para el hijo, el embarazo adolescente puede producir consecuencias fisiológicas para el recién nacido, entre ellas: Bajo peso, anemia, desnutrición incluso pueden ser prematuros. En caso extremo se presentan muertes al nacer porque la mamá no se cuidó o tuvo complicaciones en el embarazo.

Consecuencia para el padre, en este caso las consecuencias son más sociales; abandono o deserción escolar. Hay una alta probabilidad en que el padre decida trabajar para poder solventar gastos para el bebé. El padre adolescente se encuentra expuesto a la realización de trabajos de menor nivel que su formación y a explotación.

2.4. Marco referencial

En el distrito de Bellavista de la provincia de Sullana se encuentra ubicada la institución educativa N° 14793 Luciano Castillo Colonna, es una de las más antiguas y fue creada en 1934. Actualmente, el director de la institución es el profesor Jorge Alberto Rufino Carreño. La institución ofrece los tres niveles educativos y tiene cerca de 1500 alumnos y alumnas.

Los alumnos objeto de estudio serán las y los adolescentes varones y mujeres de 4to y 5to de secundaria de la institución educativa “Luciano Castillo Colonna”. Los estudiantes se caracterizan por ser soñadores y querer superarse, tienen grandes expectativas de superación. Buscan maneras de salir adelante y diseñar un proyecto de vida. La mayoría se dedica completamente a estudiar; sin embargo, la situación económica de la gran cantidad de familias es muy baja.

Los padres de familia de la institución de bajos recursos, además se encuentra casos de hogares disfuncionales, algunas madres jóvenes con una gran cantidad de hijos. Las familias de la institución pertenecen al distrito de Bellavista.

En la institución educativa principalmente en los alumnos de 4to y 5to de secundaria se presenta la problemática del embarazo adolescente, generando deserción escolar. Lo que significa que se necesita encontrar cómo trabajar temas de prevención del embarazo adolescente.

Se considera importante encontrar una estrategia de comunicación para el cambio social, que encaje con las características de los estudiantes y en la cual se puedan lograr objetivos en cuanto a la prevención del embarazo adolescente con el propósito de disminuir los casos de esta problemática.

2.5. Sistema de hipótesis

2.5.1. Hipótesis

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que en el caso de algunas investigaciones descriptivas no es necesario plantear una hipótesis. En las investigaciones científicas, las hipótesis serán proposiciones tentativas acerca de las relaciones entre dos o más variables, esto se apoya fundamentos organizados y sistematizados.

Al tratarse de esta investigación; ya que es descriptiva en la que se busca encontrar algo, no se plantea hipótesis. Los resultados a los que se concluya en la investigación será la hipótesis.

2.5.2. VARIABLES-OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición	Dimensiones	Sub dimensiones	indicadores	Items	Respuesta
Estrategia de comunicación para el cambio social	Proceso estructurado de actividades basado en las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades, hábitos, acceso y preferencia de canales y herramientas de comunicación de los beneficiarios donde se va a desarrollar el proyecto. (Zambrano,2020)	Características sociodemográficas	Nivel educativo	Grado académico	grado	4to 5to
			Nivel económico	Dependencia económica	¿Quién es el responsable de tus gastos?	Mamá Papá Abuelos Tíos Otros
					¿Recibes ayuda de alguno de los programas del estado?	Sí No
					¿Cuál?	...
			Nivel sociocultural	Social	¿Cuántas personas viven con usted? (incluye la persona encuestada)	1 2 3 4 Más de 4

					Sin contar con baño ni cocina, ¿cuántas habitaciones tiene su hogar?	1 2 3 Más de 3
					Con cual miembro de tu familia te identificas	Mamá Papá Hermano/a Abuelo/a Otro.
					A quien consideras tu mejor amigo/a	Mamá Papá Hermano/a Abuelo/a Amigo/a del colegio Otro.
			Cultural		En tu familia ¿Todos pueden opinar libremente?	Sí No A veces
					Quiénes son los miembros de tu familia que frecuentemente opinan y toman decisiones	Solo mamá Solo papá Padre y Madre otros miembros de la familia
					En tu hogar quienes pueden salir a trabajar	Mamá Papá Hermano/a Yo Mamá y papá Todos

		Aspiraciones y necesidades	Aspiraciones	Tipo de aspiraciones	Cuando termines el colegio, qué quieres hacer	Estudiar una carrera técnica o profesional Convertirme en madre o padre Trabajar
			Necesidades	Tipo de necesidades	Actualmente necesito	Necesito ver a mis amigos Necesito un abrazo Necesito conversar con alguien Necesito encontrar un trabajo
		Hábitos	Ocio	Tiempo libre	Cuando terminas de realizar tus tareas del colegio, qué haces: Tareas del hogar Converso con mis amigas y amigos Veo televisión Escucho radio Hago deporte Actividades artísticas	Todos los días Tres veces por semana Solo los fines de semana
					Cuando tengo dudas sobre algún tema ...	Busco en google Le pregunto a mis papás Le pregunto a mis hermanos mayores Les pregunto a mis amigas

				Con qué frecuencia buscas información sobre algo nuevo	Siempre A veces Nunca
				Antes, dónde solías reunirte con tus amigos	Parque Reuniones en casas Discotecas o fiestas Encuentros deportivos
		Canales y herramientas de comunicación	Canales	Uso de medios	¿Qué medios utilizas para comunicarte? Teléfono / celular Perifoneo (emisora) Cartas Radio Redes sociales(WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram , tik tok)
				Nivel de preferencia de medios	¿Qué medios de comunicación prefieres?
				Frecuencia de uso de medios	¿Con qué frecuencia utilizas medios de comunicación
			Acceso	Nivel de acceso a medios	¿A qué medios tienes más acceso?

		Conocimiento sobre embarazo adolescente	Edad cronológica	Edad cronológica	¿A qué edad crees que puedes convertirte en padre o madre?	12-14 14-16 16-18 18 a más.
					¿Has recibido orientación sobre educación sexual y temas similares en tu escuela o puesto de salud?	Si No Falte ese día
				Orientación en prevención del embarazo adolescente	Cuáles de estos métodos anticonceptivos conoces	Preservativo Anillo vaginal Parche anticonceptivo Pastillas anticonceptivas T de cobre
					Dónde puedes adquirir estos métodos anticonceptivos	Farmacia Centro de salud Bodegas Amigos Papá o mamá
		Prácticas sobre embarazo adolescente		Inicio de vida sexual	A qué edad crees que se puede iniciar a tener relaciones sexuales	12-14 14-16 16-18 18 a más
					Prevención	Prevenir el embarazo es responsabilidad de Hombre Mujer Los dos

					Tus padres te enseñan o hablan temas de sexualidad o posibilidades de embarazo	Si No
					¿Con quiénes hablas sobre temas de sexualidad? Papá Mamá Hermanos Amigos Otros	Siempre A veces Nunca
		Estrategia	Herramientas de comunicación	Herramientas de comunicación para el cambio social	Te gustaría trabajar el tema de embarazo adolescente en Grupos por afinidad Por grados Por sexo Individual	Siempre A veces Nunca
					Con cual herramienta de comunicación interpersonal prefieres que se trabaje la prevención del embarazo adolescente: Visitas de campo Actividades culturales en calles y plazas Exposiciones y ferias Seminarios y talleres.	Siempre A veces Nunca

					<p>Con cual herramienta de comunicación tradicional prefieres que se trabaje la prevención del embarazo adolescente</p> <p>Productos impresos Radios comunitarias Videos audiovisuales Campañas en centro educativos</p>	
					<p>Con cual herramienta de comunicación digital prefieres que se trabaje la prevención del embarazo adolescente</p> <p>Narraciones digitales, Boletines electrónicos, Juegos en línea</p>	
					<p>Si se realiza un proyecto en prevención del embarazo adolescente, yo</p>	<p>Sería líder Sería parte del equipo No participaría Solo escucharía</p>

III. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.1. Tipo y nivel de investigación

La presente investigación de acuerdo a la orientación es básica; asimismo, con respecto a la técnica de contrastación se califica como descriptiva.

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. Población

La población estuvo conformada por los alumnos 4to y 5to de secundaria la institución educativa N° 14793 “Luciano Castillo Colonna” cuya cantidad se detalla a continuación:

Tabla 1

Alumnos matriculados 2020

Grado	Alumnos
cuarto	150
quinto	102
Total	252

Nota: Nómima de matrícula – 2020 alumnos de cuarto y quinto de secundaria de la institución educativa Luciano Castillo Colonna.

3.2.2. Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

N: tamaño poblacional

Z: Valor tabular de la distribución normal estandarizada para un nivel de significancia del 5%

p: proporción de las unidades de análisis con una de las características de interés.

q: 1-p

E: Error permisible.

Para el estudio:

N= 252

Z = 1.96

p= 0.5 (Se establece para obtener la muestra máxima)

q= 0.5

E = 0.05

Remplazando en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 252}{0.05^2 \times (252 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 153$$

La muestra que se utilizó es de 153 estudiantes, se procedió a realizar un muestreo estratificado a fin de aplicar las encuestas de manera equitativa.

Para la estratificación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$ni = n \cdot \frac{Ni}{N}$$

Siendo *N* el número de elementos de la población, *n* el de la muestra, *Ni* el del estrato.

Remplazando en la fórmula:

$$ni = 153 \cdot \frac{102}{252} = 62$$

Con el muestreo estratificado se obtuvo la siguiente distribución

Tabla 2

Muestra estratificada

Grado	Alumnos	Muestra
cuarto	150	91
quinto	102	62
Total	252	153

Nota: Distribución de la muestra estratificada de los y las adolescentes de la institución educativa Luciano Castillo Colonna.

Criterios de inclusión: Se consideró para la investigación los alumnos matriculados en el año 2020 en los grados de cuarto y quinto del nivel secundario de sexo masculino y femenino

Criterios de exclusión: Para la presente investigación no fueron considerados ni los estudiantes de nivel primario ni los alumnos de primero a tercero de secundaria.

3.3. Diseño de investigación

Diseño de Contrastación

En esta investigación se utilizó el diseño descriptivo; ya que, el objetivo es describir y recopilar la información para ser analizada.

M: O

Donde

M: Estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. Luciano Castillo Colonna

O: Estrategia de comunicación para el cambio social

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.1. Técnica

En la investigación se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta definida por Labarca (2019) como “técnica que utiliza un proceso estandarizado, mediante el cual, una serie de datos se recolectan y se analizan, basados en una muestra específica”.

Se consideró trabajar con la técnica cualitativa de la entrevista a profundidad, que según Robles (2011) es aquella herramienta que busca a través de un encuentro identificar información sobre un objeto de estudio, esto bajo objetivos concretos.

El recojo de la información bajo las técnicas mencionadas ha permitido que se pueda identificar aspectos de los estudiantes de la institución educativa Luciano Castillo Colonna, con la finalidad de poder encontrar una estrategia para trabajar el tema de prevención del embarazo adolescente.

La entrevista a profundidad permitió conocer características desde la perspectiva de una persona que convive día a día con ellos.

3.4.2. Instrumento

Para la técnica cuantitativa se empleó como instrumento el cuestionario también conceptualizada por García (2009) como “un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y son contestados por los encuestados. Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos (p. 3).

El instrumento se elaboró a partir de la definición de la variable propuesta por la autora, en la que se define a estrategia de comunicación para el cambio social como el proceso estructurado de actividades basado en las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades, hábitos, acceso y preferencia de canales y herramientas de comunicación de los beneficiarios donde se va a desarrollar el proyecto. (Zambrano,2020).

El instrumento se diseñó con la herramienta formularios de Google a través del correo institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego. Debido al contexto, el cuestionario se aplicó de manera virtual, la investigadora envió el link acompañado de un texto en el que se explicaba la finalidad de la

investigación a los tutores de los alumnos de los grados objetos de estudio. Para la aplicación del instrumento se tomaron dos semanas; ya que por temas de acceso a internet los alumnos mostraron dificultades para ingresar al link. El cuestionario se tituló “Cuestionario acerca de la estrategia de comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo adolescente”. Constó de tres partes: objetivo general, instrucciones, los datos de referencia y el listado de preguntas con respecto de las siguientes categorías (ANEXO 1):

- a. Características sociodemográficas
- b. Aspiraciones y necesidades
- c. hábitos
- d. Conocimiento sobre embarazo adolescente
- e. Canales y herramientas de comunicación

En el caso de la técnica cualitativa se utilizó como herramienta la guía de preguntas semi estructurada. La entrevista a profundidad se le realizó a una de las tutoras de los grados objeto de estudio de la institución educativa; ya que se indicó ser la docente con mayor involucramiento y representatividad en el tema de prevención y cercanía con los alumnos, responsable de las secciones de cuarto de secundaria. Con la información obtenida de la entrevista se ha podido contrastar la información que brindaron los alumnos y acercar a metodologías ya trabajadas con las y los adolescentes que permitan identificar la estrategia de comunicación. En el caso de la entrevista se tuvo que realizar por medio de una llamada telefónica, la cual se realizó un día domingo; ya que por el contexto de las clases virtuales y la época de cierre de año durante la semana las docentes se encontraban ocupadas. Para la entrevista se consideraron las dimensiones: (ANEXO 2)

- a. Actividades en la institución
- b. Casos de embarazo adolescente
- c. Trabajos de prevención
- d. Acceso a medios
- e. Metodologías de los docentes

3.4.3. Validez

El instrumento para esta investigación fue validado bajo el juicio de expertos, para lo que se necesitó el punto de vista de un metodólogo, especialista en investigaciones sociales y un especialista en comunicación para el cambio social, especialista en el campo de acción por lo menos haber sido parte de proyectos sociales desarrollados en comunidades (ANEXO 3). El instrumento fue validado por el Dr. José Antonio Castañeda Vergara, Dr. en educación y Ms. en estadística; Ms. Raúl Reynaldo Cruz Zapata; Dra. Karla Janina Celi Arévalo.

3.4.4. Procesamiento y Análisis de datos

3.4.4.1. Procesamiento y análisis de información

El análisis de la información y el procesamiento de datos se realizó para la elaboración de la base de datos y figuras de los resultados en las cuales se utilizó estadística descriptiva, la cual permitió obtener, organizar y presentar los datos. En el caso del procesamiento de los datos se utilizó el software Excel. Para el procesamiento y análisis de la información obtenida por la técnica cualitativa se utilizó la matriz de tendencias. La cual ha generado de manera organizada los mensajes claves de las respuestas de las personas entrevistadas.

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

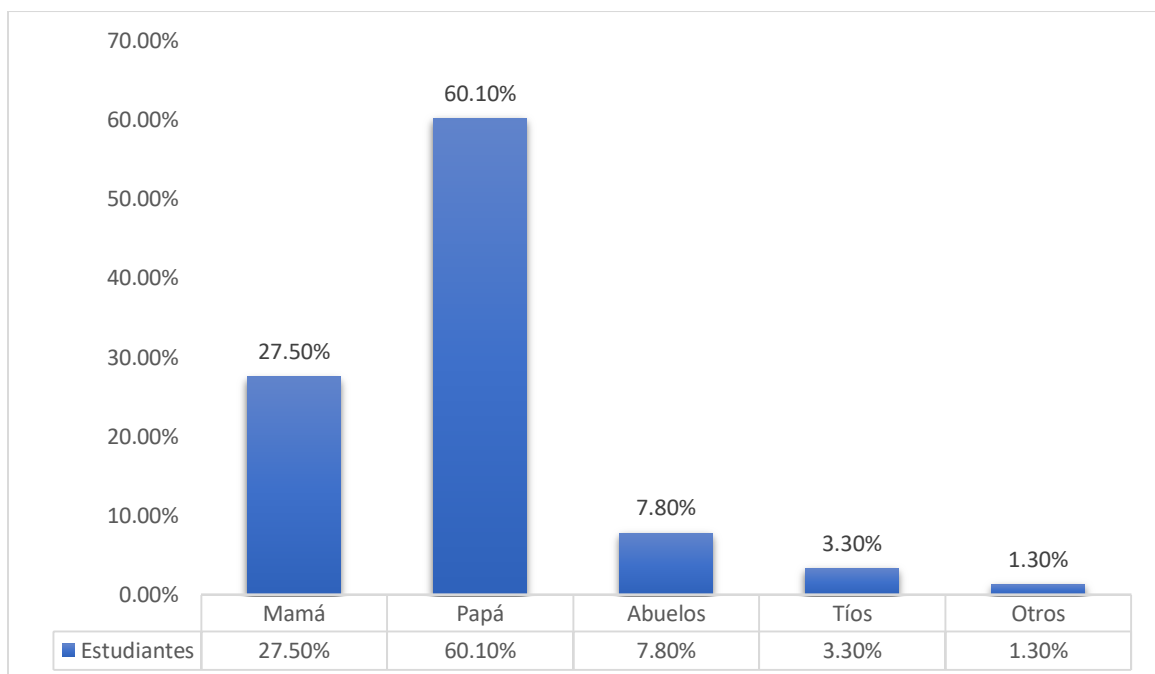
4.2. Análisis e interpretación de resultados cuantitativos y cualitativos

Cuantitativos

4.2.1. Resultados para el objetivo, identificar las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

Figura 1

Responsable de los gastos de los estudiantes

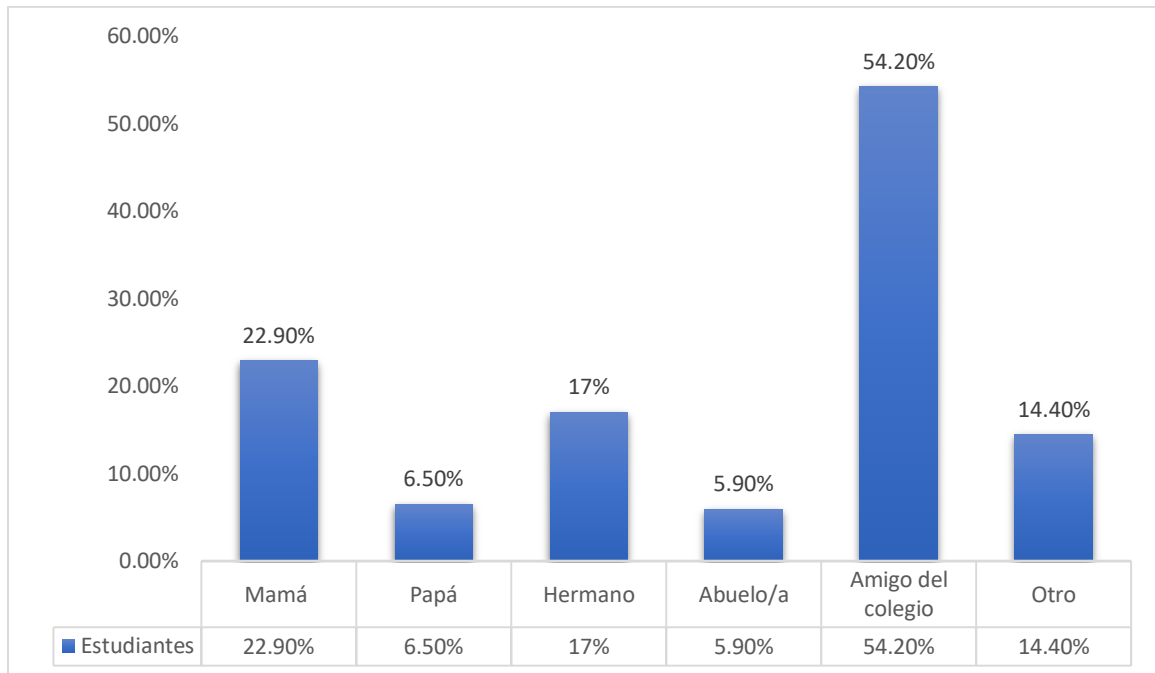


Interpretación

La figura representa que en el 39.9% de familias encuestadas las personas que asumen las responsabilidades de los gastos del hogar, son: madres, abuelos, tíos; entre otros; sin embargo, es importante considerar que los padres de familia son en la mayoría los que asumen los gastos, esto porque son ellos quienes principalmente salen a trabajar y las mamás se dedican a las actividades del hogar.

Figura 2

Persona a la que se le considera mejor amigo de los estudiantes

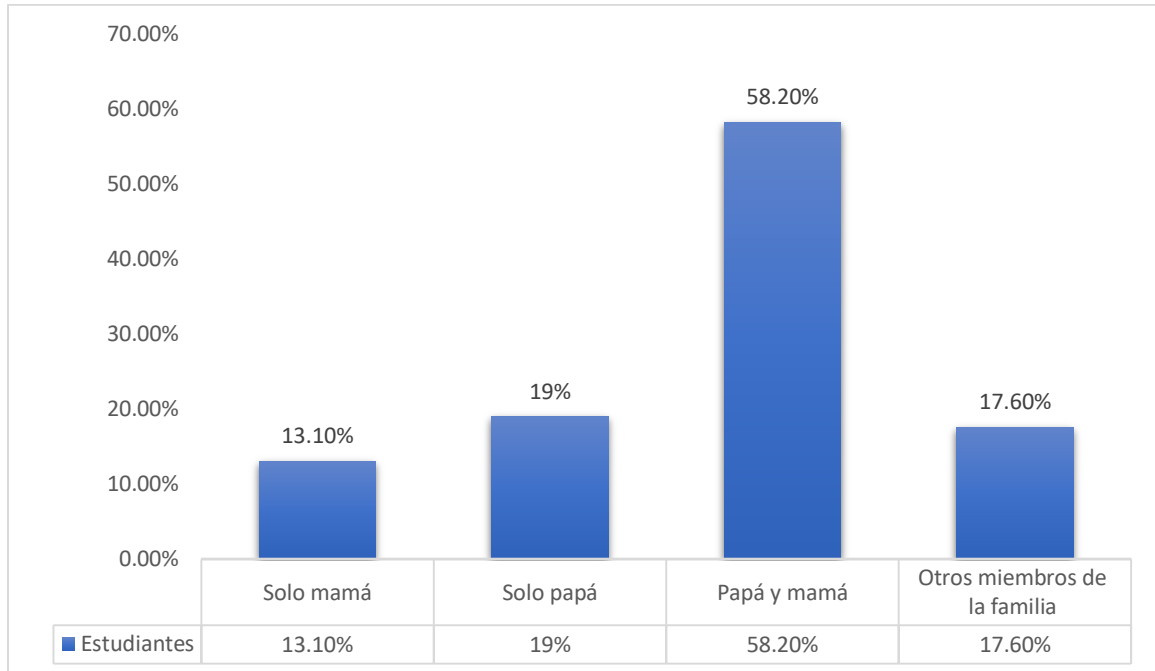


Interpretación

Se puede observar en la figura que los padres de familia, abuelos o hermanos son considerados mejores amigos solo en un 52% de los casos, es representativo que sea considerado el amigo del colegio como mejor amigo, lo que nos podría demostrar que la responsabilidad de persona de confianza se encuentra en un lugar fuera de casa y por lo tanto la información de valor se va a recoger de esta fuente.

Figura 3

Miembros de la familia que pueden opinar y tomar decisiones de los estudiantes

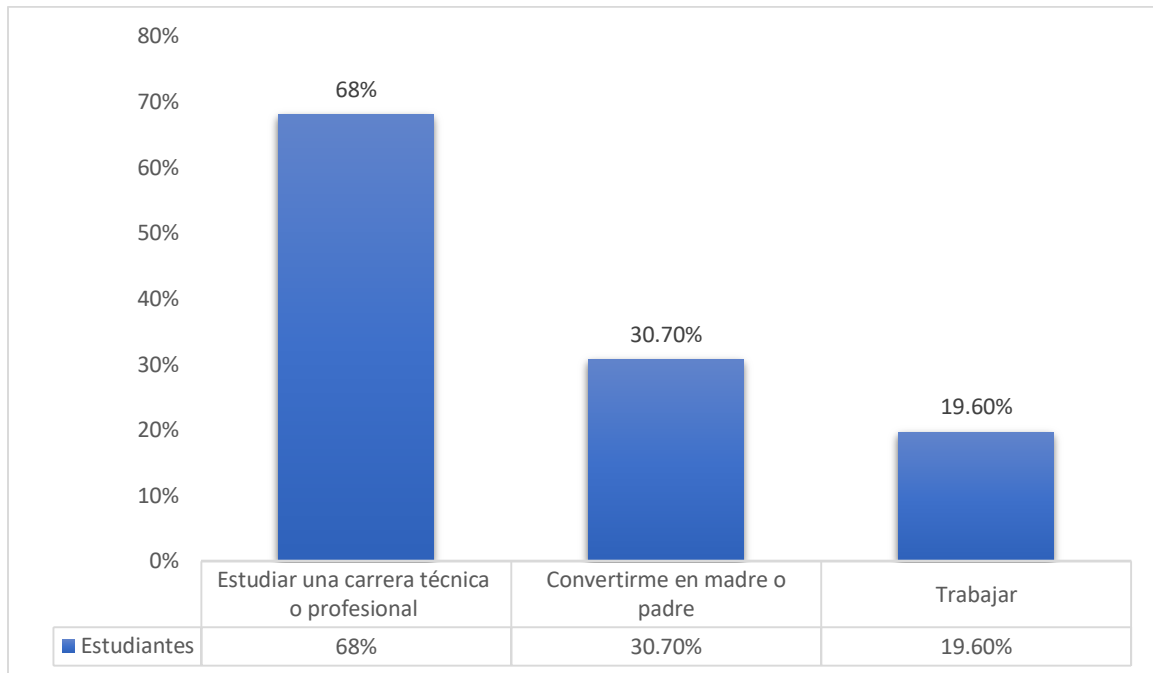


Interpretación

Se observa en la figura que los padres de familia son los que toman las decisiones y pueden opinar de manera libre, las respuestas de los adolescentes reflejan la situación de la comunicación que existe en los hogares, los demás miembros de las familias solo podrán opinar en algunos casos.

Figura 4

Aspiraciones al terminar el colegio de los estudiantes

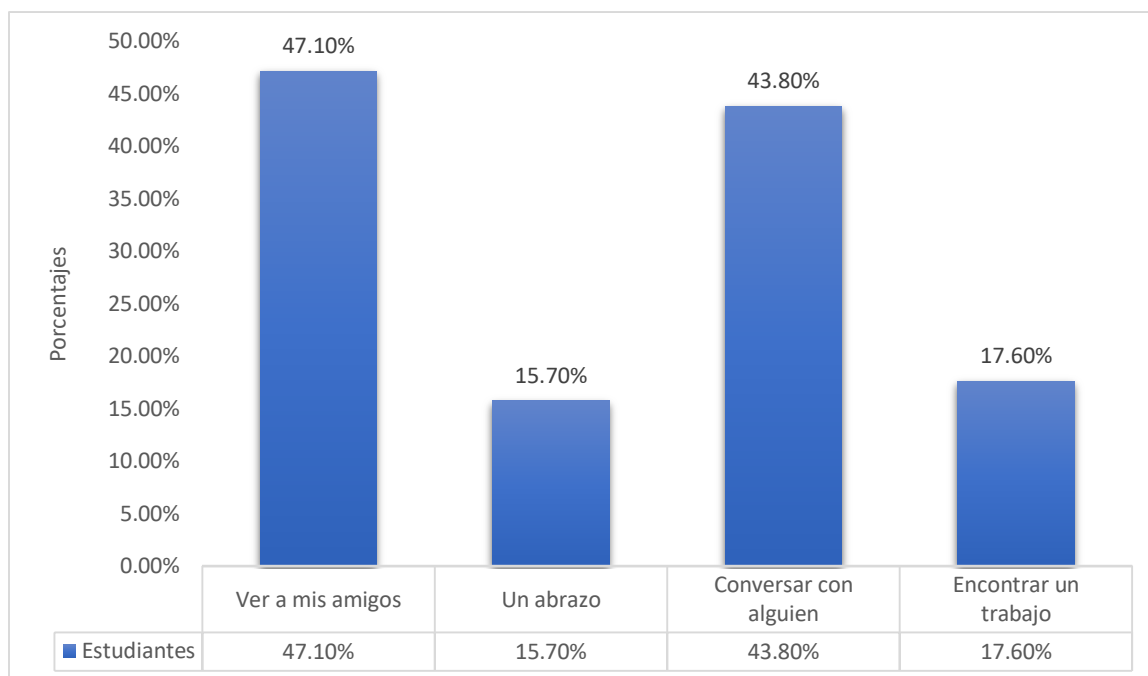


Interpretación

La figura representa las aspiraciones que tienen los estudiantes al terminar el colegio, se observa que el mayor porcentaje se centra en continuar con estudios ya sean técnicos o profesionales; sin embargo, se puede observar que dentro de su proyecto de vida de otra porción se centra en trabajar o convertirse en madre o padre, que por lo general puede reflejar las aspiraciones conseguir dinero más rápido.

Figura 5

Necesidades inmediatas de los estudiantes

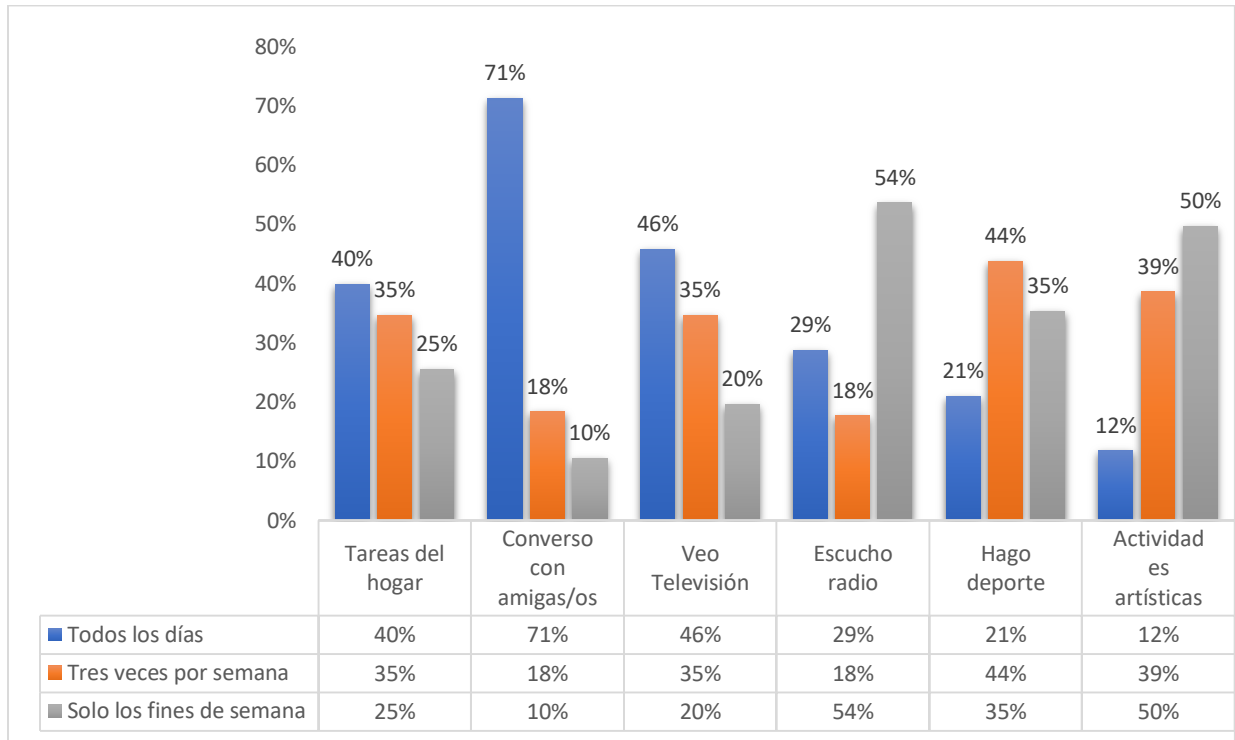


Interpretación

En la figura se puede interpretar las necesidades inmediatas de los estudiantes, las cuales reflejan que por el contexto actual las se centra el mayor porcentaje en la necesidad por encuentros con sus pares, por un lado, se encuentran las necesidades económicas reflejado en encontrar un trabajo, por otro lado, la necesidad emocional que se puede observar del porcentaje de la necesidad de un abrazo. Las necesidades económicas y afectivas de los adolescentes son una de las causas del embarazo adolescentes que nos presentan los informes de la OMS.

Figura 6

Actividades de ocio de los estudiantes



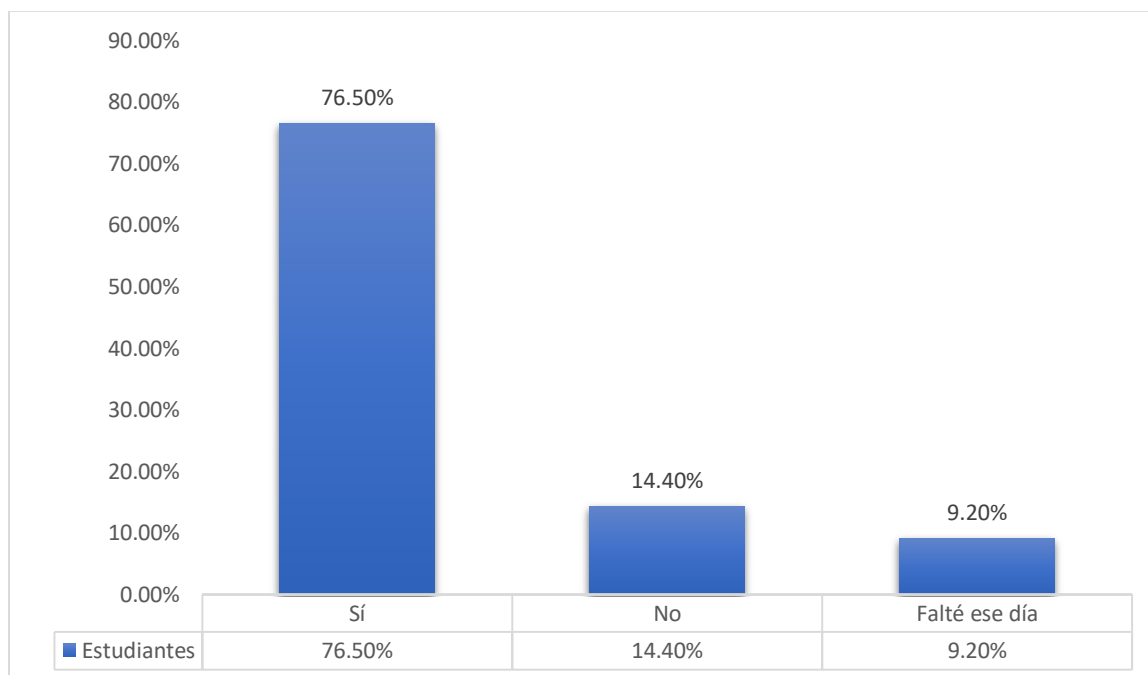
Interpretación

La figura representa las actividades de ocio que realizan los estudiantes, entre las que se pueden resaltar las conversaciones con amigo/as, las actividades deportivas y las actividades artísticas. Se muestra que los fines de semana se utilizan para realizar deporte y actividades artísticas; ya que en la semana apoyan en las tareas del hogar.

4.2.2. Resultados para el objetivo, especificar el conocimiento, actitudes y prácticas respecto al embarazo adolescente de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

Figura 7

Situación de recepción de información sobre embarazo adolescente de los estudiantes

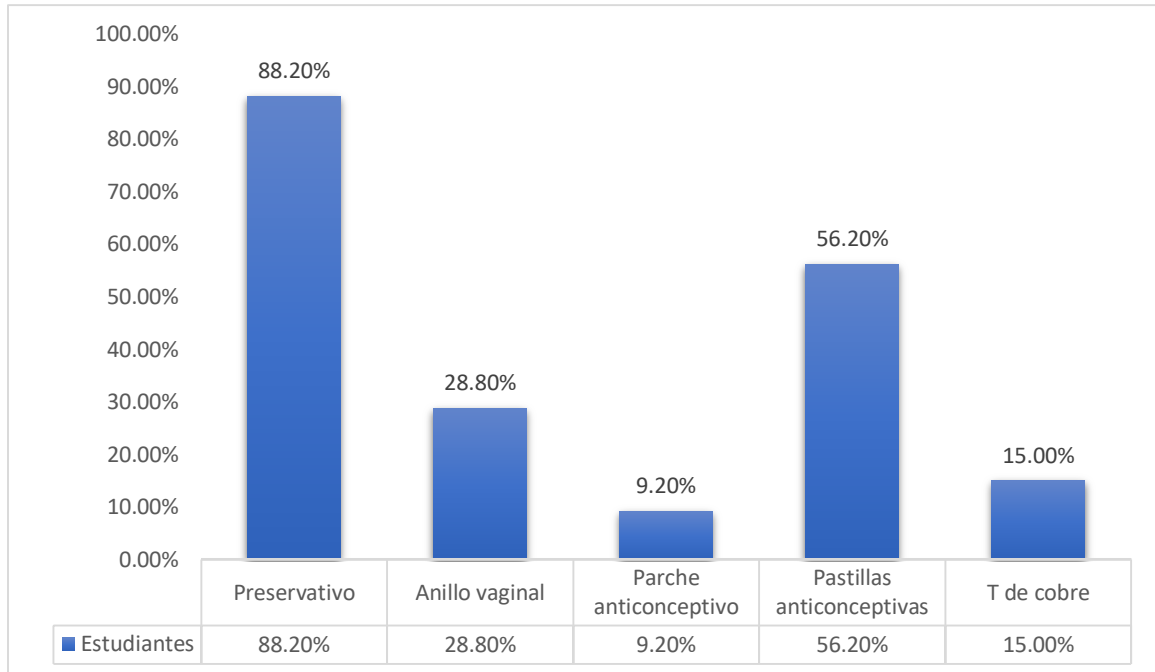


Interpretación

Se observa en la figura que los estudiantes han recibido información ya sea por la institución o el centro de salud sobre prevención en embarazo adolescente, sin embargo, se encuentra que cerca del 30 % de los alumnos no han recibido información de prevención, lo que podría causar que se tome información equivocada de fuentes no confiables.

Figura 8

Métodos anticonceptivos que conocen los estudiantes

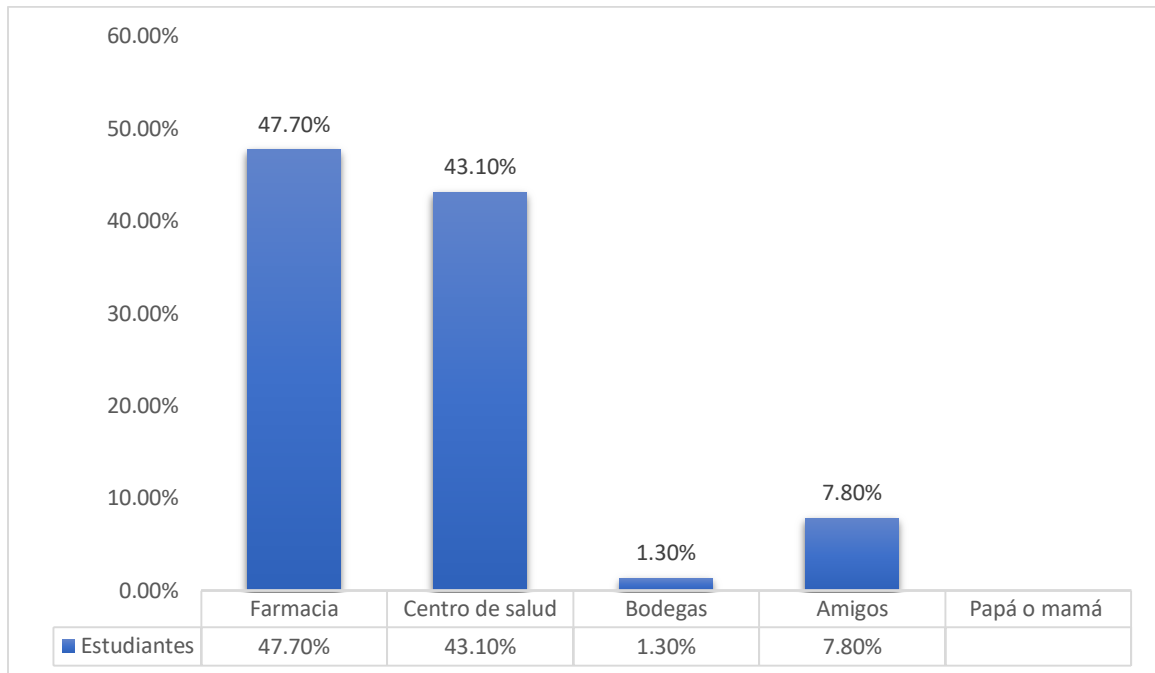


Interpretación

En la figura encontramos que los alumnos conocen por lo menos dos o tres métodos anticonceptivos, el mayor porcentaje se muestra en el preservativo o condón, esto porque es a lo que tienen más acceso y lo que es más promovido por los centros de salud en sus trabajos de prevención. Es importante que los estudiantes demuestren conocer otros métodos como el anillo vaginal, parche anticonceptivo o t de cobre.

Figura 9

Lugares donde pueden adquirir anticonceptivos los estudiantes

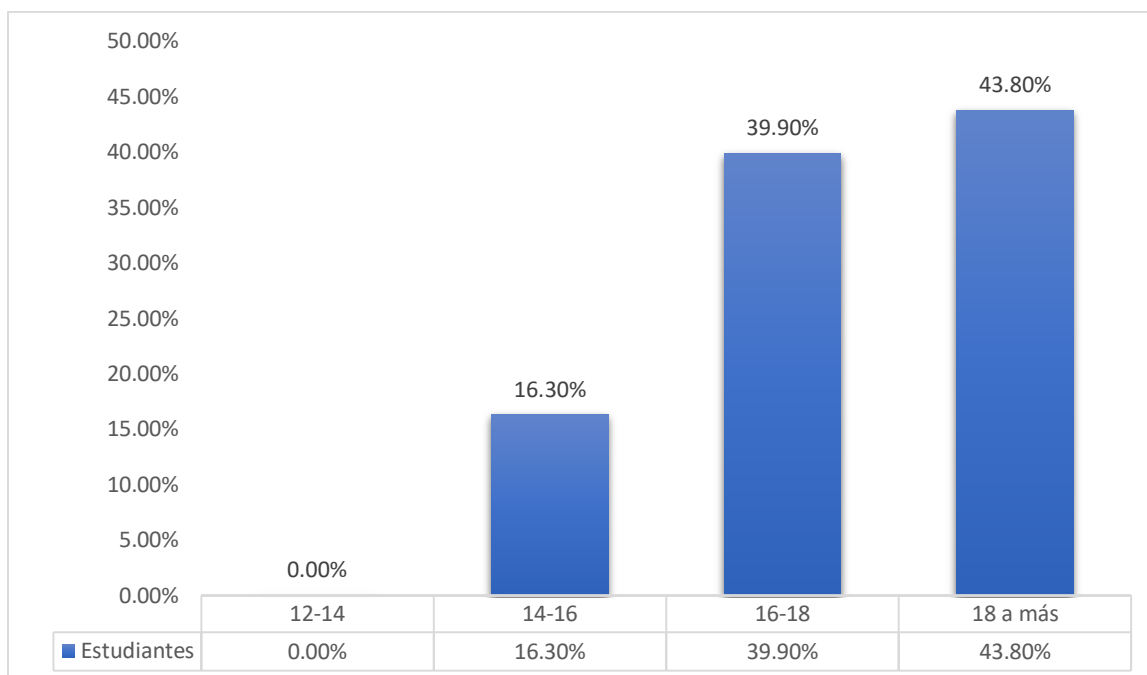


Interpretación

La figura representa los lugares donde los estudiantes podrían adquirir métodos anticonceptivos, lo que refleja es que hay una oportunidad de trabajo en brindar información sobre la manera de adquirir métodos anticonceptivos, ya que estos se pueden obtener de manera gratuita en los centros de salud y que además incluye orientación especializada en su uso. Solo el 43% sabe que puede adquirirlos en los centros de salud.

Figura 10

Edad indicada para iniciar vida sexual según los estudiantes

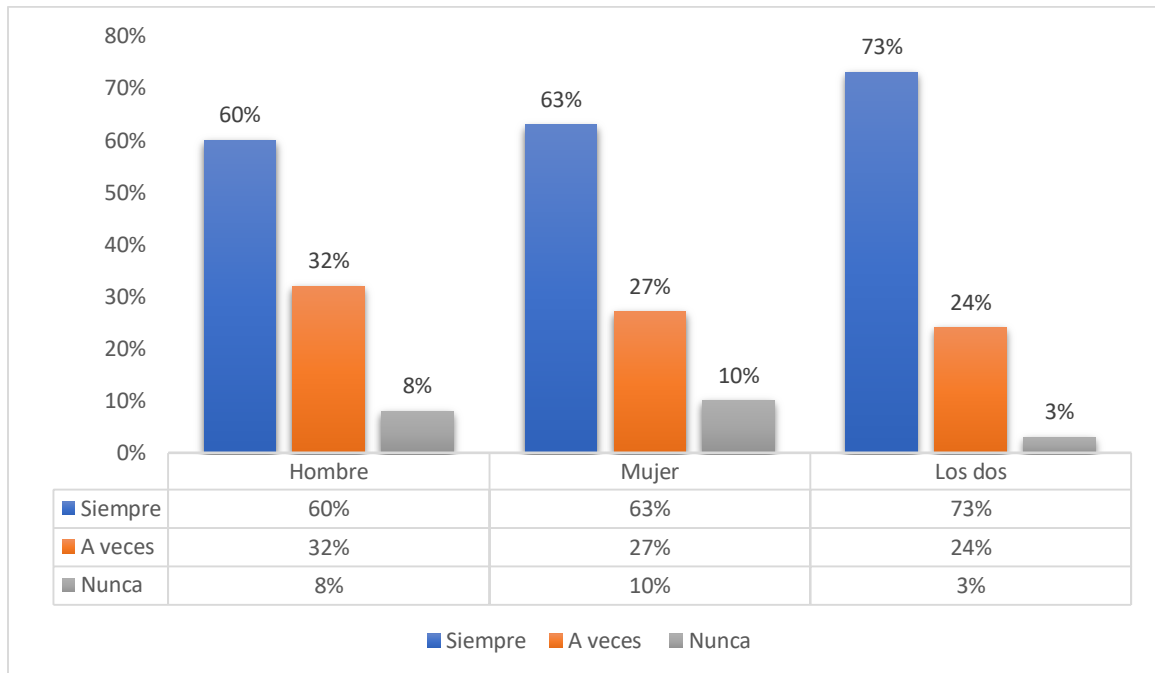


Interpretación.

En la figura se puede observar que según el conocimiento que tienen los estudiantes, la vida sexual de los adolescentes puede iniciar entre los 14 y 18 años, lo que representa que hay una oportunidad de trabajo en este tema, ya que según los reportes es entre esas edades donde se presentan la mayoría de los embarazos adolescentes en la región de Piura.

Figura 11

Responsable de la prevención del embarazo según los estudiantes

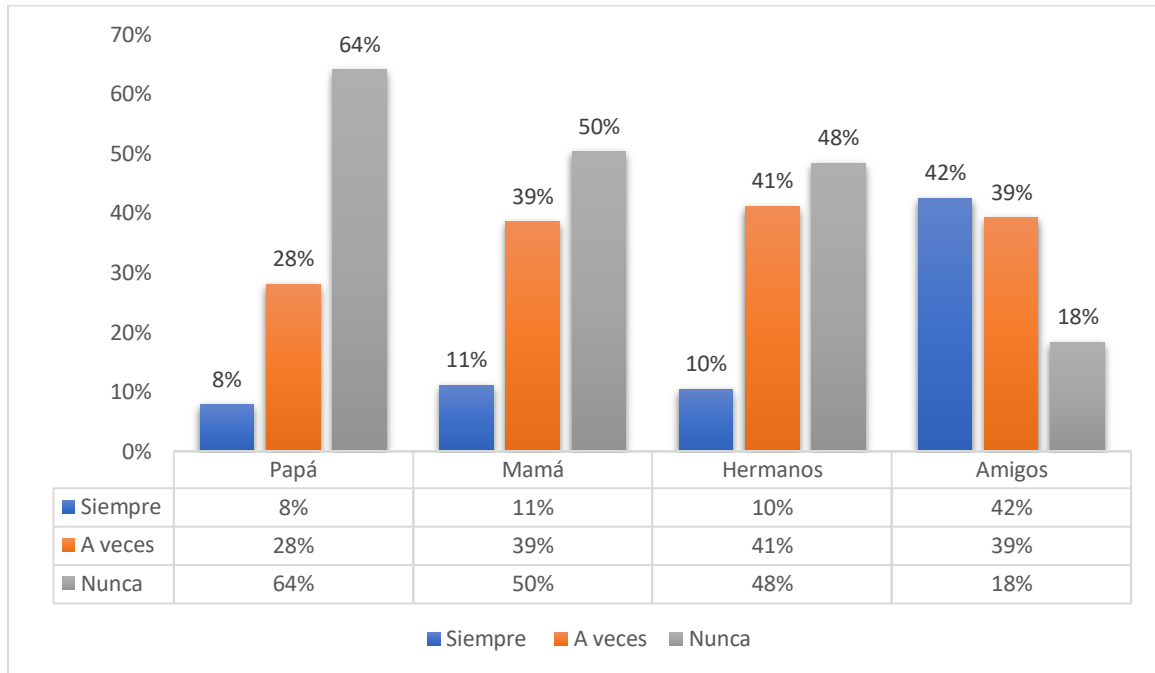


Interpretación

La figura representa sobre quién recae la responsabilidad de prevenir un embarazo en la adolescencia, se observa que el mayor porcentaje se encuentra en que siempre debe ser responsabilidad de los dos, sin embargo, hay otro porcentaje que nos indica lo alarmante que representa ya que demuestra que el hombre nunca es responsable o el caso en que se coloca que la mujer siempre es la responsable de protegerse.

Figura 12

Persona con la que pueden conversar sobre sexualidad según los estudiantes



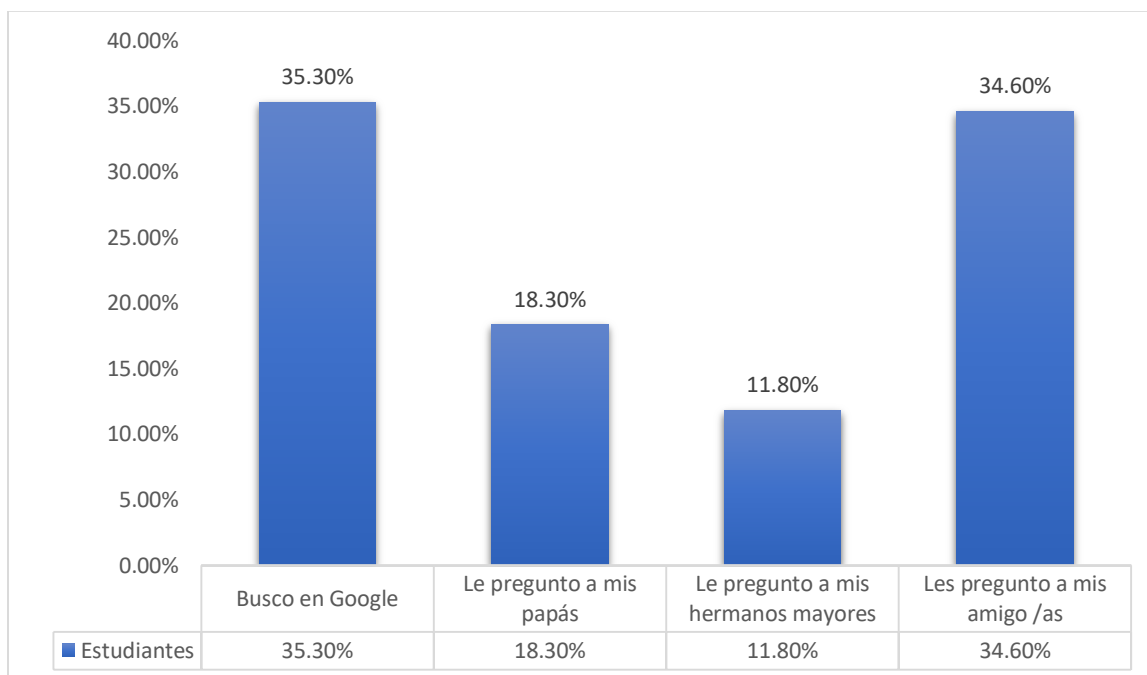
Interpretación

Se puede observar en la figura que los padres de familia, son los menos considerados para hablar en confianza sobre temas de sexualidad. Se encuentra que los amigos van a ser las personas de confianza de los estudiantes para conversar sobre estos temas. Esto muestra que la información que se puede obtener de las personas que ellos consideran de confianza muchas veces viene de manera equivocada o con datos inexactos generando problemas relacionados a la vida sexual de los adolescentes.

4.2.3. Resultados para el objetivo, Explicar cuáles son los canales y herramientas de comunicación adecuados para trabajar el tema de prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

Figura 13

Lugares donde resuelven dudas los estudiantes

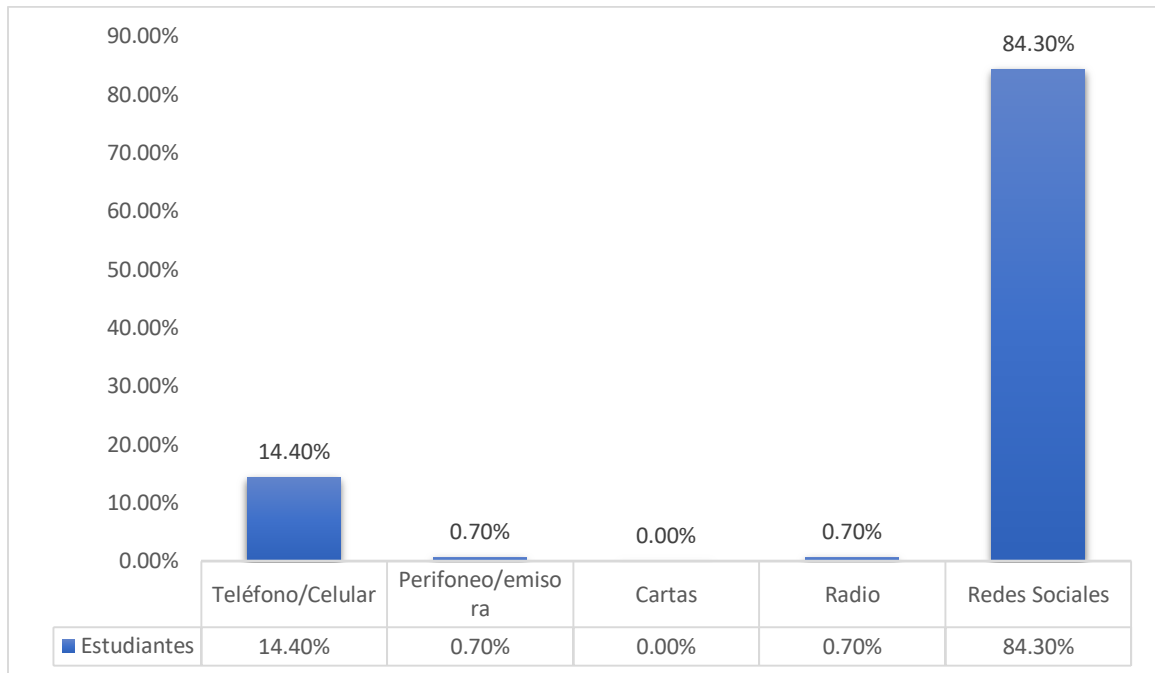


Interpretación

La figura muestra que el 70% de los estudiantes busca información de cualquier tema en otro lugar que no es su casa, ya sea en internet o con amigos y que solo en un 30% la información es consultada a los papás o hermanos. Esto se da porque en internet tienen información de distintas fuentes, no se asegura que todas sean confiables.

Figura 14

Preferencia de medios de comunicación de los estudiantes

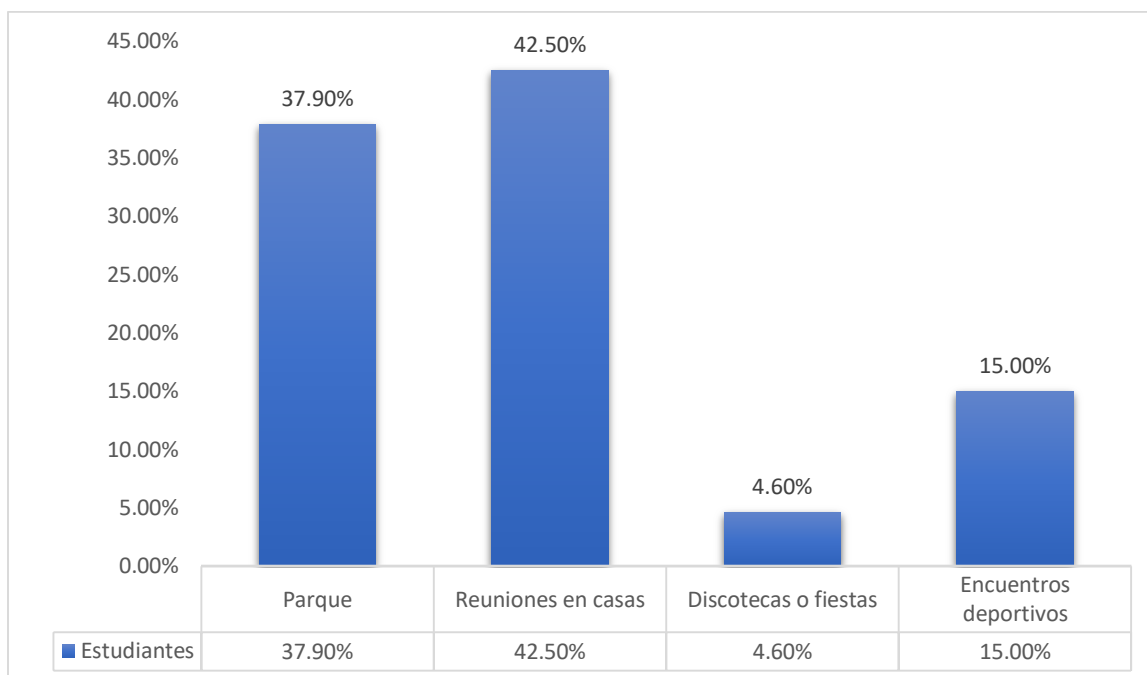


Interpretación

La figura presenta notablemente (84.3%) que los estudiantes actualmente prefieren utilizar las redes sociales para comunicarse entre las que se ubican WhatsApp, Facebook, tik tok, Instagram. Sin embargo, hay un porcentaje que utiliza el teléfono, ya que según el contexto no cuentan con teléfonos inteligentes y tienen que recurrir a las llamadas telefónicas.

Figura 15

Espacios de reunión de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria

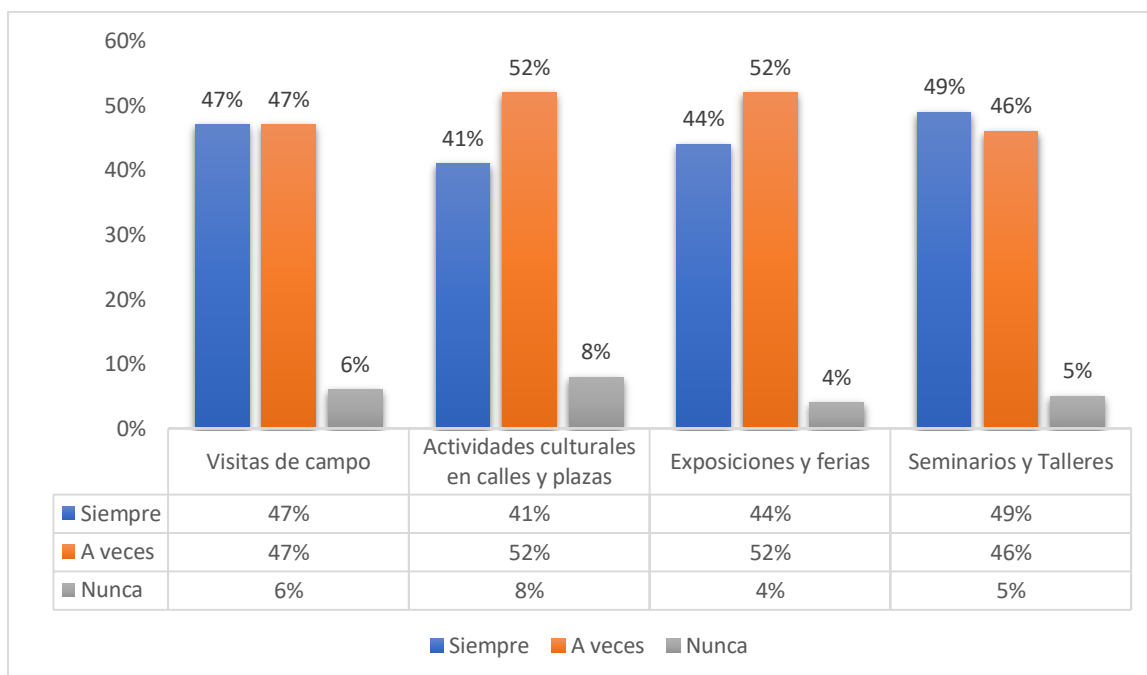


Interpretación

Se observa en la figura que los espacios preferidos para reunirse de los estudiantes son en los encuentros deportivos o parques, lo que demuestra una inclinación por las actividades al aire libre. Además, se encuentra que en el caso de reuniones prefieren las que son en casa. Se puede interpretar además que por la edad lo estudiantes no muestran preferencia por las discotecas.

Figura 16

Preferencia de herramientas de comunicación interpersonal de los estudiantes

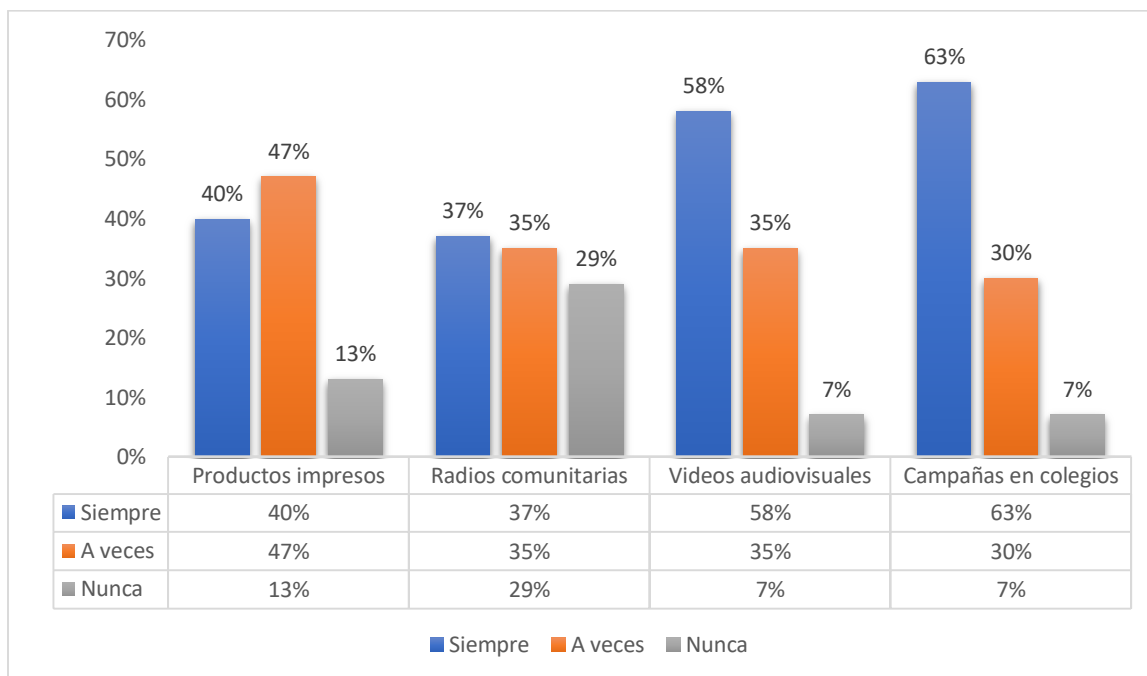


Interpretación

En la figura se encuentra que los estudiantes, en el caso de herramientas de comunicación interpersonal tienen mayor preferencia por las visitas de campo y por los seminarios y talleres. Además, se muestra que las exposiciones y ferias también puede ser considerada dentro de una estrategia de comunicación para el cambio social.

Figura 17

Preferencia de herramientas de comunicación tradicional de los estudiantes

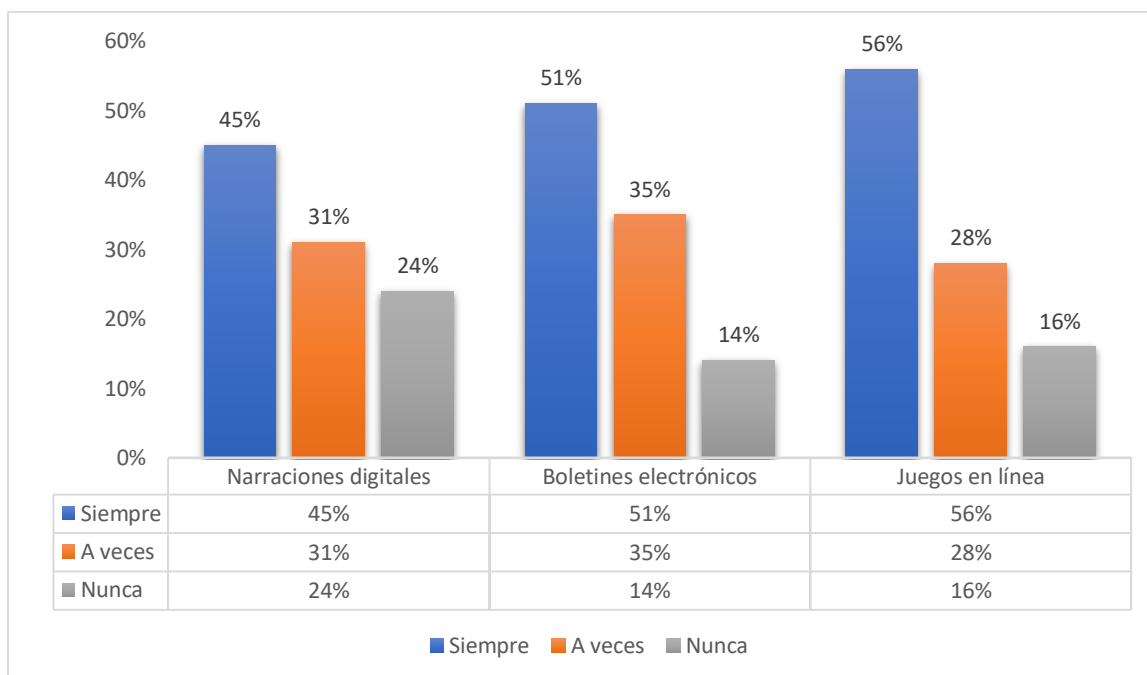


Interpretación

En la figura se representa que los estudiantes, para el caso de las herramientas de comunicación tradicional el mayor porcentaje se centra en las campañas en colegios y los videos audiovisuales, esto se da alineado con la preferencia por el uso de redes sociales. Se encuentra un rechazo por las radios comunitarias y por los productos impresos.

Figura 18

Preferencia de herramientas de comunicación digital de los estudiantes



Interpretación

En la figura se presenta que los estudiantes, para el caso de las herramientas de comunicación digital prefieren trabajar con el tema lúdico en línea con los juegos virtuales, hay una gran oportunidad de trabajo en los boletines electrónicos que pueden ser combinados con las narraciones digitales para ser utilizados con información del interés de los adolescentes.

Resultados Cualitativos

Matriz de Entrevista

Prof. Nancy Reto Nonajulca

Dimensión	Preguntas	Respuestas	Mensaje clave
Actividades en la institución	A parte de las actividades académicas, antes de la pandemia, solían hacer con los alumnos	Al margen de las actividades académicas, utilizamos el tiempo de tutoría para tratar temas como embarazo adolescente, enfermedades de transmisión sexual, técnicas de estudio. Antes solo se hacía una hora, desde el año pasado le dedicamos dos horas a la semana.	“Se utiliza el tiempo de tutoría para compartir información importante”
	Cada cuanto tiempo le pregunta o se realizan sesiones con alumnos sobre temas importantes para ellos y cómo lo hacían	Las sesiones son semanales en el caso de tutorías y alcances de información a los estudiantes; sin embargo, en estos momentos se dedica más tiempo y cada vez que se hacen los reforzamientos de las clases se les consulta cómo están, si tienen curiosidad de algo.	“En estos momentos se dedica más tiempo y cada vez que se hacen los reforzamientos de las clases
Casos de embarazo adolescente	¿Cuál es el rango de edades más frecuente de los embarazos adolescentes?	Cada año hay uno o dos, antes era en las chicas de 5 to de secundaria que ya estaban por terminar; sin embargo, hace unos años los casos de embarazo de presenta desde más pequeñas; por ejemplo, entre las chicas de 2do a 4 to.	“Antes era en las chicas de 5 to de secundaria; sin embargo se presenta desde más pequeñas”
	¿Cree usted que la condición de vida de esta comunidad influencia de alguna manera la temprana edad en que las jóvenes salen embarazadas?	Sí claro, el entorno social influye además con las personas que se relacionan. Hay una gran cantidad de adolescentes que vienen de hogares disfuncionales y eso hace que tengan imágenes dentro y fuera de casa.	“son alumnos de hogares desintegrados”.
	¿Considera el embarazo adolescente como	Sí de todas maneras, todos los años hay una o dos chicas que presentan casos de embarazos y que al final	“Hay una o dos chicas que presentan casos de embarazos

	uno de los problemas que enfrenta su institución?	terminan retirándose del colegio porque ya no quieren asistir por distintos motivos, ya sea por vergüenza o porque se dedican a tareas del hogar. Hace 10 años se dio un caso de una adolescente de quinto de secundaria, pero ella si terminó y asistía embarazada al colegio.	y que al final terminan retirándose del colegio”
Trabajos de prevención	¿Qué medidas de prevención se está ofreciendo para que se disminuya el embarazo adolescente en su institución educativa?	Las únicas medidas son el material que preparamos en los horarios de tutorías que se tratan trabajos de prevención y explicación sobre métodos anticonceptivos	“en los horarios de tutorías que se tratan trabajos de prevención”
	¿Existe algún programa que se trabaje con los padres para prevenir el embarazo adolescente?	Programa asi tal cual no, pero si se trabajan temas de orientación para la prevención del embarazo adolescente en la escuela para padres.	“si se trabajan temas de orientación para la prevención del embarazo adolescente en la escuela para padres”
Acceso a medios	¿Qué medios de comunicación son los que más utilizan los adolescentes de la institución?	Los estudiantes están familiarizados con los medios digitales, ellos son nativos de la era digital.	“ellos son nativos de esta era digital”
	¿Todos los alumnos tienen acceso a internet o aparatos tecnológicos?	La gran mayoría tienen ya un Smartphone, en realidad son muy pocos los que al momento no tienen un celular con acceso a internet, sobre todo porque ahora las clases son virtuales.	“en realidad son muy pocos los que al momento no tienen un celular con acceso a internet”
Metodologías de los docentes	¿Qué tipo de metodologías educativas utiliza en sus clases con los alumnos?	Siempre tratamos de hacer las clases utilizando las nuevas TICS. A ellos les gustaba asistir al aula Huascaran y siempre les gusta trabajar en equipo.	“tratamos de hacer las clases utilizando las nuevas TICS”

	<p>¿Qué tipo de actividades prefieren los alumnos de la institución?</p> <p>¿Prefieren actividades al aire libre o dentro del aula?</p>	<p>En realidad, las actividades que más les gusta hacer son las que están relacionadas al entretenimiento, les gustan actividades donde tengan la necesidad de organizarse, las presentaciones artísticas. En el caso de actividades fuera del aula o dentro del aula, depende del tema, pero la mayoría de veces preferían salir a los laboratorios conocer nuevas cosas.</p> <p>Por ejemplo, asistían a practicar y conocer el trabajo que se realizan en los Centros de Educación Técnica Productiva (cetpro)</p>	<p>“son las que están relacionadas al entretenimiento, les gustan actividades donde tengan la necesidad de organizarse”</p>
--	---	--	---

V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En esta parte del informe se va a proceder a discutir los resultados obtenidos en función de los objetivos de investigación

5.1. Identificar las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

Baldeón (2018) dice que cuando los elementos culturales son incluidos en los recursos de comunicación, los miembros de las comunidades valoran mucho más y se interesan por involucrarse en los procesos.

Al identificar las características sociodemográficas, aspiraciones y necesidades de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria se obtuvo que, según sus características, los estudiantes viven en hogares que económicamente están a cargo de los papás (60%) (figura 1); sin embargo, existe un porcentaje que debe ser considerado importante, de madres que están a cargo de los gastos (30%). Lo que se comprobó en la entrevista con una docente de la institución la cual señala que hay hogares disfuncionales donde la persona encargada de la casa es la mamá.

En la entrevista con la tutora, indica “son alumnos de hogares desintegrados”, que el entorno social influye además con las personas que se relacionan y que existe una gran cantidad de adolescentes que vienen de hogares disfuncionales y eso hace que tengan imágenes dentro y fuera de casa. Estas imágenes que servirán como ejemplo durante su etapa de formación.

En el caso de las necesidades serán aquellas carencias que se convierten en importantes y se desean alcanzar motivando a actuar con el objetivo de ser logradas (PNUD, 2000). Los estudiantes señalan como necesidades inmediatas los encuentros con sus pares (47 %), por un lado, se encuentran las necesidades económicas reflejadas en encontrar un trabajo (18%), por otro lado, la necesidad emocional que se puede observar del porcentaje de la necesidad de un abrazo (figura 6). Las necesidades económicas y afectivas de los adolescentes son una de las causas del embarazo adolescente (ENDES,2019).

Al terminar el colegio, los alumnos de la institución en su mayoría centran su decisión por continuar con estudios (68%); sin embargo, por las necesidades económicas hay otra porción de alumnos que se inclina por conseguir un trabajo (20%) o convertirse en madres o padres; ya que se puede considerar una manera más rápida de conseguir dinero (figura 4).

En esta línea se encuentra la necesidad del derecho humano de la comunicación, que propone Bacher y Alzueta (2020) donde se busca colocar a la comunicación como un derecho humano, en el cual los adolescentes tienen el poder de seleccionar la información para ser aplicada en su comportamiento y que esto genere cambios que finalmente contribuya no solo en ellos sino en sus comunidades.

Bajo esta conclusión se encuentra una oportunidad en la situación en cuanto a la libertad de opinión en las familias; ya que los resultados demuestran que, los padres de familia son los que por lo general toman las decisiones en el hogar (58%) (figura 4), es por esto que al consultarle al adolescente a quién considera mejor amigo, responde en su mayoría, que se considera a los amigos de la escuela (54%). El darle la responsabilidad de mejor amigo a alguien fuera de casa genera que el cargo de persona de confianza sea la principal fuente de información de valor que considere el adolescente.

Para Gumucio-Dragon (2011), la principal diferencia de la comunicación para el cambio social con otras ramas es que lo colectivo está por encima de lo individual, el cambio que se espera es masivo. Lo que quiere decir es que la Comunicación para el cambio social, por su naturaleza participativa de la misma comunidad que trabaja para el cambio tiene más fortaleza sobre otras ramas de la comunicación.

Aquí es donde radica la importancia de que se puedan involucrar todos los actores de la comunidad donde se trabaja el proyecto social, porque la idea es generar un cambio grupal y no de manera individual, ya que así se asegura la sostenibilidad del proyecto.

El cambio social según Figueroa, Kincaid, Rani, Lewis (2001) requiere un modelo de comunicación que sea cíclico, relacional y que conduzca al mutuo intercambio más que al cambio individual de un solo lado.

Con respecto al tiempo libre de los estudiantes se obtuvo que las actividades de ocio que realizan, se resaltan las conversaciones con amigo/as, las actividades deportivas y las actividades artísticas. Los adolescentes señalan que los fines de semana los utilizan para realizar deporte y actividades artísticas; ya que en la semana apoyan en las tareas del hogar y sus tareas académicas (figura 6).

La estrategia de comunicación que debe ir alineada a los tiempos libres de los adolescentes y a las actividades que se adapten a sus preferencias. Esto de acuerdo con la investigación de, Yagui (2020) en la que nos indica que la estrategia lúdica de presentar la información fue la que tuvo mayor acogida durante el desarrollo de la campaña, ya que es donde hubo mayor interacción y participación por parte de los y las adolescentes, sin embargo, se debe tener en cuenta la información que se va a compartir, debe ser novedosa y atractiva para ellos.

Las y los adolescentes de la institución educativa tienen una gran oportunidad, según sus características, que debe ser abordada de manera creativa y atractiva, en la cual se pretenda poder trabajar temáticas que direccionen sus proyectos de vida y con esto se logre minimizar el riesgo de enfrentarse a una problemática social, como es el caso del embarazo adolescente.

5.2. Para el objetivo específico número dos, en el cual se propone, especificar el conocimiento, actitudes y prácticas respecto al embarazo adolescente de los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

Para Bacher y Alzqueta (2020) La comunicación es apreciada por las y los adolescentes como mecanismo de transformación, Es importante señalar que se espera poder profundizar los temas de derechos sexuales y reproductivos en producciones multimediales en los que se genere visibilización de la problemática que atraiga la atención de los y las adolescentes y que incentive la participación de ellos para trabajar la sensibilización.

En la investigación Se obtuvo que la mayor parte de estudiantes han recibido información ya sea por la institución o el centro de salud sobre temas relacionados a la prevención del embarazo adolescente representado en el 76.5 % (figura 7) Además, se pudo obtener que los alumnos conocen por lo menos dos o tres métodos anticonceptivos, es importante que los estudiantes demuestren conocer

otros métodos como el anillo vaginal, parche anticonceptivo o t de cobre que son los menos promovidos por los centros de salud (figura 8) . Solo el 43% (figura 9) de los estudiantes sabe que puede adquirirlos de manera gratuita en los centros de salud, esto indica que el otro porcentaje conoce que existen; sin embargo, los consiguen en las farmacias o entre amigos.

Amado (2016) indica en las conclusiones de su investigación que se puede afirmar que la falta de información con respecto a la prevención del embarazo adolescente no es el problema central, más bien es la falta de sensibilización que hay entre las parejas y familias.

El embarazo que se da entre los 10 años y los 19 años, es denominado “embarazo adolescente o precoz” y por la edad donde se produce tiene un alto nivel de riesgo en las y los adolescentes afectando su desarrollo físico y psicosocial (OMS,2018).

Los estudiantes señalan que la vida sexual de los adolescentes puede iniciar entre los 14 y 18 años (figura 10), ellos consideran que el trabajo de prevención debe ser de ambos (varones y mujeres). Sin embargo, en la investigación también se obtuvo un porcentaje que indica que los hombres nunca son los responsables del cuidado (figura 11).

En la misma línea, Yagui (2020) indica que los adolescentes necesitan una estrategia que en la que se incluya la aceptación y el relacionamiento horizontal; ya que se puede asegurar la receptividad y el relacionamiento abierto generando reacciones favorables en la recepción de la información. Los mensajes deben ir alineados en el tema de prevención mas no de abstinencia; ya que se comprobó que se tiene mayor impacto.

Se recomienda que los y las adolescentes inicien su vida sexual debidamente informados sobre prevención para que no trunquen su futuro y puedan acceder a mejores oportunidades, además se propone que se considere no iniciar a tener relaciones sexuales en tan temprana edad (Quesada,2011).

Los menos considerados para hablar sobre temas relacionados a sexualidad o prevención son los padres de familia (figura 12), en este aspecto se encuentra una oportunidad de trabajo, ya que las fuentes confiables resultan siendo los amigos de la misma edad. Esto muestra que la información que se puede obtener de las

personas que ellos consideran de confianza muchas veces viene de manera equivocada o con datos inexactos generando problemas relacionados a la vida sexual de los adolescentes.

Con la investigación se puede concluir en lo que las demás investigaciones encuentran, que es el resultado en cuanto al conocimiento que tienen los adolescentes con respecto al embarazo adolescente; sin embargo, la gran oportunidad de mejora está en el trabajo de prevención que se debe realizar con ambos sexos. La idea es poder diseñar una estrategia de comunicación que los involucre, no solo a los jóvenes sino también a los padres, docentes y especialistas a mejorar las practicas con respecto al embarazo adolescente.

5.3. Objetivo en el que se busca explicar cuáles son los canales y herramientas de comunicación adecuados para trabajar el tema de prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793, Luciano Castillo Colonna, del distrito de Bellavista.

Para Salas (2017) afirma que la CCS, facilita la identificación de los obstáculos, la definición de objetivos y desarrolla estructuras de comunicación, procesos y el empleo de los medios u otras herramientas para que se llegue a la consecución exitosa de tales objetivos. Garate (2018) de acuerdo con lo antes mencionado, aporta en su investigación que la estrategia de comunicación a utilizarse en este tipo de procesos debe considerarse multidimensional; ya que se debe tener en cuenta no solo informar, sino que haya un proceso de aprendizaje que incluya participación, experimentación y reflexión.

Bajo el aporte de Garate (2018) se ha podido encontrar que según los gustos y preferencias de los adolescentes se inclinan por las herramientas de comunicación que les permita participar y a la vez obtener información.

En la entrevista con la docente, indica que los estudiantes están familiarizados con los medios digitales, “ellos son nativos de la era digital”. En la investigación se obtuvo que actualmente más del 80% de adolescentes prefieren utilizar las redes sociales para comunicarse entre las que se ubican WhatsApp, Facebook, tik tok, Instagram (figura 14). La tutora agrega que la gran mayoría tienen ya un Smartphone y que en realidad son muy pocos los que al momento no tienen un

celular con acceso a internet, sobre todo porque ahora las clases son virtuales y se ha convertido en una herramienta necesaria.

El acceso a internet genera que la principal fuente de información de los adolescentes sea el buscador de google (35 %), siguiendo los amigos (Figura 13). Lo que puede resultar como gran oportunidad de trabajo; ya que, la información que se brinda entre pares muchas veces no es confiable o especializadas; sin embargo, se puede incluir dentro del diseño de la estrategia la posibilidad de combinar el acceso a internet y lo amigos.

Los adolescentes de la institución, en el contexto normal, utilizaban los recreos para compartir información de distintos temas, muchas veces este es el principal espacio que debe ser aprovechado para fomentar la información correcta entre los estudiantes.

De acuerdo con lo encontrado en la investigación, las autoras Bacher y Alzueta (2020), señalan que las y los adolescentes indican que la importancia de que los mensajes sean creados por ellos mismos desde su perspectiva y que estos sean difundidos por medios masivos, como la radio porque pueden romper mitos y puede ser atractivo para sus pares (otros adolescentes). De esta manera, se puede considerar que los y las adolescentes les interesa crear su propio contenido, esto se va a aprovechar dependiendo del canal al cual tengan acceso, en este caso, los medios digitales.

Los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793 han indicado que las herramientas de comunicación interpersonal por las que tienen mayor preferencia son las visitas de campo y los seminarios y talleres, comunicación tradicional el mayor porcentaje se centra en las campañas en colegios y los videos audiovisuales, esto se da alineado con la preferencia por el uso de redes sociales. Finalmente, en el caso de las herramientas de comunicación digital prefieren trabajar con el tema lúdico en línea con los juegos virtuales.

Con los resultados obtenidos en la investigación se puede entender que, por el contexto, acceso y preferencias, los canales adecuados para trabajar temas de interés para los y las adolescentes. Son, los que se encuentran enmarcados en medios digitales a través de las plataformas a las cuales tienen acceso. Se ha podido especificar que la mayoría, representado en el 85 % del alumnado tiene

acceso a redes sociales, por lo que cualquier estrategia debe ser a través de este canal. En el caso de las herramientas, se sugiere utilizar el tema lúdico y las narraciones digitales.

5.4. Finalmente, para determinar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada en la prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020.

Rogers (2014) propone que, se combine información y procesos, entre los que se incluyen evaluación de necesidades, objetivos documentados, estudios previos sobre programas o proyectos parecidos, puntos de vista de expertos, opinión de personas involucradas, teorías que planteen cómo se produce el cambio (p.3).

Rodríguez, Obregón y Vega (2002) indican combinar educación con entretenimiento en la cual se propone con esta estrategia una alianza entre especialistas en educación y entretenimiento, estos especialistas en entretenimiento pueden fortalecer los mecanismos para llegar a los públicos objetivos, además de tener habilidades que muchas veces los encargados de proyectos sociales no tienen. En otras palabras, se busca tener más llegada a la población, en este caso a los adolescentes.

En la misma línea de la propuesta anterior, los alumnos de la institución educativa Luciano Castillo Colonna necesitan una estrategia que este combinada con información y educación a través de las herramientas digitales con las cuales tienen familiaridad y acceso (85%).

Garate, 2018 señala que la importancia de implementar una estrategia de comunicación radica en que se oriente en impulsar la visibilidad de los participantes y las actividades programadas incluyendo el reconocimiento y empoderamiento de los miembros de la comunidad.

La docente indica que las actividades que más les gusta hacer al adolescente son las que están relacionadas al entretenimiento, les gustan actividades donde tengan la necesidad de organizarse, las presentaciones artísticas. En el caso de actividades fuera del aula o dentro del aula, depende del tema, pero la mayoría de veces preferían salir a los laboratorios, conocer nuevas cosas. Lo que se puede

comprobar en las respuestas de los alumnos en las que indicaron que los espacios preferidos para reunirse son en los encuentros deportivos o parques.

Amado (2018) señala en su investigación que la estrategia de comunicación más adecuada para los adolescentes puede ser aquella que les presenta historias de vida reales en las cuales los y las adolescentes pueden identificarse y tomar interés en los programas para jóvenes donde puedan acceder a métodos de planificación.

Los estudiantes de la institución han indicado que, si participarían de un proyecto para trabajar el tema de la prevención del embarazo adolescente, algunos indican que asumirían roles de liderazgo y otros solo como participantes.

Con los resultados obtenidos se puede determinar que la estrategia más adecuada para que se trabaje el tema de prevención del embarazo adolescente, es aquella que se propone como edutretenimiento, en este tipo de estrategia se considera combinar la educación de manera lúdica, a cargo de especialistas en comunicación o educación. La estrategia según las características halladas en la investigación, debe utilizar herramientas digitales como pueden ser las narraciones digitales (historias), juegos en línea. Esto a través de las redes sociales: Facebook, Instagram, Tik Tok y youtube.

VI. CONCLUSIONES

Después de realizar la discusión de resultados obtenidos en la investigación se puede concluir que,

1. Los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. Luciano Castillo Colonna, son adolescentes que viven en un contexto con necesidades económicas, que los coloca en una situación de riesgo, con alta probabilidad de encontrarse con el problema del embarazo adolescente. Las aspiraciones de los y las adolescentes están direccionadas a seguir con estudios profesionales de acuerdo a sus posibilidades. Se encuentran en un escenario donde se hallan familias disfuncionales o en situaciones en la que las decisiones son tomadas solo por los adultos, lo que genera que no puedan expresarse de manera libre, por lo que tienden a tener temor al cuestionar a sus padres sobre temas que pueden ser importantes para ellos; como la sexualidad.
2. Los estudiantes en cuanto a conocimiento consideran que pueden convertirse en padres a partir de los dieciséis a más. Con respecto, a la información, indican haber recibido orientación en educación sexual, se admite que solo a veces conversan de temas sobre sexualidad con sus padres. Hay una parte representativa que indica nunca conversar con ellos, lo que obviamente se puede reflejar en las decisiones que tomen frente a la prevención del embarazo. Los adolescentes actúan de acuerdo a la información que se proporcionan entre amigos, pero no tienen claridad de los trabajos o de lo que se les ofrece como jóvenes para que pueden prevenir un problema de embarazo adolescente en los centros de salud.
3. Los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la I.E. 14793 indican que las herramientas de comunicación interpersonal por las que tienen mayor preferencia son las visitas de campo y los seminarios y talleres; en el caso de las herramientas de comunicación tradicional, el mayor porcentaje se centra en las campañas en colegios y los materiales audiovisuales y en el caso de las herramientas de comunicación digital, eligen los juegos en línea, esto concuerda con la preferencia por el entretenimiento y la educación. Las características de los estudiantes indican que la estrategia a

trabajar con ellos debe ser a través de herramientas de comunicación digital, La estrategia debe ser multiplataforma (Instagram, YouTube, Facebook, tik tok) y el canal a utilizar con más acceso y preferencia es el Smartphone.

4. La estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada para trabajar la prevención del embarazo adolescente está vinculada a las herramientas digitales combinada con educación y entretenimiento. En cuanto a las herramientas digitales o nuevos medios aquellas que están vinculadas a la tecnología y la actualidad. Los medios sociales: en este grupo se encuentran las redes sociales, esta herramienta se ha convertido en una muy importante, por el alcance que tiene y la capacidad de llegada a más personas; Además, según las características de los jóvenes se pueden utilizar las narraciones digitales que son las historias que se recrean para plataformas virtuales son tendencia actualmente; por su proximidad a las personas; ya que generan que las personas se identifiquen con las historias e incluir los juegos en línea, juegos interactivos en plataformas digitales con el propósito de explicar algún tema o abordar alguna problemática. Se propone con esta estrategia una alianza entre especialistas en educación, entretenimiento y comunicación estos especialistas en entretenimiento pueden fortalecer los mecanismos para llegar al público objetivo.

VII. RECOMENDACIONES

1. Los adolescentes necesitan oportunidades que les ayuden a minimizar las causas del embarazo adolescente, con referencia a su situación sociodemográfica, aspiraciones y necesidades se recomienda a los tutores de los grados de cuarto y quinto de secundaria diseñar materiales de comunicación para ser utilizados en las horas de tutoría para ofrecer información sobre las maneras de conseguir becas de estudios, opciones de estudios técnicos, incluir dentro del plan de trabajo mentorías con mensajes claves de alumnos que hayan estudiado con la ayuda de una beca, experiencias de emprendimientos juveniles, adicional a esto se recomienda incluir a los padres de familia para que compartan sus experiencias, especialmente los que se convirtieron en padres jóvenes, esto se puede hacer mediante productos audiovisuales. Esto con el propósito de exponerle caminos que puedan tomar y mejorar su contexto social sin la necesidad de tener que convertirse en madres o padres adolescentes.
2. Para mejorar el conocimiento, las actitudes y prácticas de los adolescentes con respecto a la prevención del embarazo adolescente se recomiendan implementar un programa de pares, es decir jóvenes cómo ellos, a los cuales se les pueda capacitar con información especializada y que sean ellos los encargados de compartir la información con los demás adolescentes. Esto para que se pueda lograr que los alumnos tengan información de fuentes confiables. En este programa de pares se recomienda que lo trabajen ellos mismos con mensajes claros y precisos que incluyan términos coloquiales propios de la edad. Esto puede tener como resultados productos comunicacionales que se podrían utilizar y replicar en otras instituciones.
3. Las características de los estudiantes indican que la estrategia a trabajar con ellos debe ser a través de herramientas de comunicación digital, para esto se recomienda que los alumnos puedan crear grupos de trabajo dentro del colegio y que se cree una página oficial multiplataforma (Instagram, youtube, Facebook, tik tok) en el cual se trabaje contenido con información relacionada a la prevención del embarazo adolescente. Para la

implementación de esta propuesta se requiere la contribución de: comunicadores, director y plana docente de la institución educativa, personal del centro de salud de Bellavista y empresas que apoyen esta iniciativa en cuanto a conocimiento teórico, material, espacios y equipos requeridos.

La idea es que los adolescentes se organicen y junto a los especialistas se encarguen de escribir los guiones y sean adaptados según la plataforma que se utilice.

Si la institución desea trabajar este tipo de iniciativa puede hacer una convocatoria de voluntarios en las universidades que tengan la carrera de Ciencias de la Comunicación, medicina y psicología para que se pueda tener el aspecto profesional sin inversión y se pueda trabajar con un convenio de prácticas.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE. (2016). *Comunicación para el desarrollo. Una Guía Práctica*. [Archivo PDF]. https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf.
- Amado Prieto R. (2016) “*Estrategia de comunicación para la prevención del segundo embarazo (subsecuente) en jóvenes entre los 14 y 18 años pertenecientes a la ladera de la ciudad de Cali*”. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Javeriana, Cali]. http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/7851/Estrategia_comunicaci%C3%B3n_prevenion.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Bacher , S. B. ., y Alzueta, C. . (2020). “*Comunicación y educación en la prevención del embarazo no intencional en la adolescencia*”. *Comunicación*, (40), 53 - 64. <https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a04>
- Baldeon Miranda, F. (2018) “*Estrategias de Comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y escuelas que cambian tu vida” en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho*”. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/12081>
- Communication for Change. (2017) *Modelo de Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento (CCSyC)*. <http://www.comminit.com/la/content/modelo-de-comunicaci%C3%B3n-para-el-cambio-social-y-de-comportamiento-ccsync>
- Figueroa, E., Kincaid, L., Rani, M., y Lewis, G. (2002). *Communication for social change*. [Archivo PDF] <https://www.cfsc.org/content/uploads/2018/04/socialchange.pdf>
- Gumucio-Dragon. (2011). *Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo*. [Archivo PDF]. <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n58/v30n58a02.pdf>.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, 6ta Ed. [Archivo PDF]. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 13 (1), pp. 11-23. <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.345>
- Ministerio de salud pública y asistencia social. (2014). *Guía de prevención del embarazo en la adolescencia en Guatemala*. https://www.paho.org/gut/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=publications&alias=618-guia-de-prevencion-del-embarazo-en-la-adolescencia-en-guatemala&Itemid=518
- OPS/OMS, UNFPA y UNICEF. (2018). *Acelerar el progreso hacia la reducción del embarazo en la adolescencia en América Latina y el Caribe*. Informe de consulta técnica. <https://panama.unfpa.org/es/publications/acelerar-el-progreso-hacia-la-reducci%C3%B3n-del-embarazo-en-la-adolescencia-en-am%C3%A9rica>
- Organización Mundial de la Salud. (2015). *Boletín informativo embarazo en adolescentes: un problema culturalmente complejo*. Recuperado el 12 de octubre de 2020, de <http://www.who.int/bulletin/volumes/87/6/09-020609/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (31 de enero de 2020). *El embarazo en la adolescencia*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-pregnancy>.
- PROMSEX. (23 de setiembre de 2020). *#EsUnaEmergencia: Índice del Embarazo Adolescente no disminuye desde hace 30 años en el Perú*. <https://promsex.org/es-momento-de-prevenir-el-embarazo-adolescente-en-el-peru/>
- Robles, B. (2011). *“La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. Cuicuilco”*. [Archivo PDF] <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004>> ISSN 1405-7778.

Rodríguez, Obregón, Vega (2002) *“Estrategias de comunicación para el cambio social”*. [Archivo PDF]

https://www.researchgate.net/publication/269701665_Estrategias_de_comunicacion_para_el_cambio_social

Ruiz Garate, E. (2018) *“Comunicación y empoderamiento de la mujer: Estrategia de comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las mujeres Yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local”*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/handle/20.500.12404/950/browse?type=author&value=Ruiz+Garate%2C+Esteli>

Salas, C. (2017). *“La Comunicación para el Cambio Social: una mirada participativa al concepto de desarrollo”*. [Archivo PDF]
http://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.5_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_CambioSocial.pdf

Subregión de Salud Luciano Castillo Colonna (2020). *Reporte embarazos adolescente - 2013 al 2020*. Estrategia Etapa de Vida Adolescente y Joven.

Yagui Kaqui, A. (2020) *“Estrategias de comunicación en campañas de salud para prevenir el embarazo adolescente en lima. Caso: “todo a su tiempo, tú decides”* [Tesis de Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola].

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10108/1/2020_Yagui%20Kaqui.pdf

Cuestionario ACERCA de LA estrategia de comunicación PARA el CAMBIO SOCIAL en LA prevención del embarazo Adolescente

Encuesta dirigida a los alumnos de 4to y 5to de secundaria de la I.E. Luciano Castillo Colonna - Bellavista

***Obligatorio**

1. **Grado ***

Marca solo un óvalo.

4to

5to

2. **¿Quién es el responsable de tus gastos? ***

Marca solo un óvalo.

Mamá

Papá

Abuelos

Tíos

Otros

3. **¿Recibes Ayuda de Alguno de los programas del estado? ***

Sí

No

Marca solo un óvalo.

Sí

No

4. **Si marcaste Sí, de cuál programa eres beneficiario**

5. **¿Cuántas personas viven con usted? (incluye la persona encuestada) ***

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4
- Más de 4

6. **Sin contar con baño ni cocina, ¿Cuántas habitaciones tiene su hogar ***

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- Más de 3

7. **Con cuál miembro de tu familia te identificas ***

Selecciona todos los que correspondan.

- Mamá Papá
- Hermano/a
- Abuelo/a
- Otro
-

8. A quién consideras tu mejor amiga/o *

Selecciona todos los que correspondan.

- Mamá Papá
- Hermano/a
- Abuelo/a
- Amigo del colegio
- Otro

9. En tu familia, Todos pueden opinar *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- A veces

10. Quiénes son los miembros de tu familia que frecuentemente opinan y toman decisiones *

Selecciona todos los que correspondan.

- Solo mamá
- Solo papá Papá
- y mamá
- Otros miembros de la familia

11. En tu hogar quiénes pueden salir a trabajar *

Selecciona todos los que correspondan.

- Mamá Papá
- Hermano/a
-

Mamá y Papá

Todos

12. **Cuando termines el colegio, qué quieres hacer ***

Selecciona todos los que correspondan.

- Estudiar una carrera técnica o profesional
- Convertirme en madre o padre
- Trabajar

13. **Actualmente, necesito: ***

Selecciona todos los que correspondan.

- Ver a mis amigos
- Un abrazo
- Conversar con alguien
- Encontrar un trabajo

14. **Cuando terminas tus tareas del colegio, qué haces ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Todos los días	Tres veces por semana	Solo los fines de semana
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tareas del hogar	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Converso con amigas/os	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veo televisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escucho radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Cuando tengo dudas sobre Algún tema *

Marca solo un óvalo.

- Busco en Google
- Le pregunto a mis papás
- Le pregunto a mis hermanos mayores Les
- pregunto a mis amigas/os

16. Con qué frecuencia buscas información sobre Algo nuevo *

Marca solo un óvalo.

- Siempre
- A veces
- Nunca

17. Antes, dónde solías reunirte con tus Amigos/As *

Marca solo un óvalo.

- Parque
- Reuniones en casas
- Discotecas o fiestas
- Encuentros deportivos

18. **¿Qué medios de comunicación utilizas PARA comunicarte? ***

Marca solo un óvalo.

- Teléfono / celular
- Perifoneo (emisora)
- Cartas
- Radio
- Redes sociales(WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram , tik tok)

19. **¿Qué medios de comunicación prefieres PARA comunicarte? ***

Marca solo un óvalo.

- Teléfono / celular
- Perifoneo (emisora)
- Cartas
- Radio
- Redes sociales(WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram , tik tok)

20. **¿A qué medios de comunicación tienes MÁS Acceso? ***

Marca solo un óvalo.

- Teléfono / celular
- Perifoneo (emisora)
- Cartas
- Radio
- Redes sociales(WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram , tik tok)

21. **¿A qué edad crees que puedes convertirte en padre o madre? ***

Marca solo un óvalo.

12-14

14-16

16-18

18 a más

22. **¿HAS recibido orientación sobre educación sexual y temas similares en tu escuela o puesto de salud? ***

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Falte ese día

23. **Cuáles de estos métodos anticonceptivos conoces ***

Selecciona todos los que correspondan.

Preservativo

Anillo vaginal

Parche anticonceptivo

Pastillas anticonceptivas T

de cobre

24. **Dónde puedes Adquirir estos métodos Anticonceptivos ****Marca solo un óvalo.*

- Farmacia Centro
- de salud Bodegas
- Amigos
- Papá o mamá
-

25. **A qué edad crees que se puede iniciar a tener relaciones sexuales ****Marca solo un óvalo.*

- 12-14
- 14-16
- 16-18
- 18 a más

26. **Prevenir el embarazo es responsabilidad de ****Marca solo un óvalo por fila.*

	Siempre	A veces	Nunca
Hombre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mujer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los dos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. **Tus padres te enseñan o hablan temas de sexualidad o posibilidades de embarazo ***

Marca solo un óvalo.

Sí

No

28. **¿Con quiénes hablas sobre temas de sexualidad? ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	A veces	Nunca
Papá Mamá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hermanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. **Te gustaría trabajar el tema de embarazo Adolescente en ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	A veces	Nunca
Grupos por afinidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupos aleatorios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por grados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por sexo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. **Con cuál herramienta de comunicación interpersonal prefieres que se trabaje la prevención del embarazo Adolescente: ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	A veces	Nunca
Visitas de campo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades culturales en calles y plazas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposiciones y ferias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31. **Con cuál herramienta de comunicación tradicional prefieres que se trabaje la prevención del embarazo Adolescente ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	A veces	Nunca
Productos impresos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radios comunitarias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videos audiovisuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campañas en colegios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. **Con cuál herramienta de comunicación digital prefieres que se trabaje la prevención del embarazo Adolescente ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	A veces	Nunca
Narraciones digitales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boletines electrónicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juegos en línea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. **Si se realiza un proyecto en prevención del embarazo Adolescente , yo ***

Marca solo un óvalo.

Sería líder

Sería parte del equipo

No participaría

Solo escucharía

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google

Formularios

ANEXO 2

Entrevista a profundidad

Dirigida a docentes de la I.E. Luciano Castillo Colonna

Guía de entrevista

Preguntas

1. A parte de las actividades académicas, antes de la pandemia, solían hacer con los alumnos
2. Cada cuanto tiempo le pregunta o se realizan sesiones con alumnos sobre temas importantes para ellos y cómo lo hacían
3. ¿Cuál es el rango de edades más frecuente de los embarazos adolescentes?
4. ¿Cree usted que la condición de vida de esta comunidad influencia de alguna manera la temprana edad en que las jóvenes salen embarazadas?
5. ¿Considera el embarazo adolescente como uno de los problemas que enfrenta su institución?
6. ¿Qué medidas de prevención se está ofreciendo para que se disminuya el embarazo adolescente en su institución educativa?
7. ¿Existe algún programa que se trabaje con los padres para prevenir el embarazo adolescente?
8. ¿Qué medios de comunicación son los que más utilizan los adolescentes de la institución?
9. ¿Todos los alumnos tienen acceso a internet o aparatos tecnológicos?
10. ¿Qué tipo de metodologías educativas utiliza en sus clases con los alumnos?
11. ¿Qué tipo de actividades prefieren los alumnos de la institución? ¿Prefieren actividades al aire libre o dentro del aula?

Matriz de Entrevista

Datos generales

Nombre y Apellidos Contacto Fecha.....

Dimensión	Preguntas	Respuestas	Mensaje clave
Actividades en la institución	A parte de las actividades académicas, antes de la pandemia, solían hacer con los alumnos		
	Cada cuanto tiempo le pregunta o se realizan sesiones con alumnos sobre temas importantes para ellos y cómo lo hacían		
Casos de embarazo adolescente	¿Cuál es el rango de edades más frecuente de los embarazos adolescentes?		

	<p>¿Cree usted que la condición de vida de esta comunidad influencia de alguna manera la temprana edad en que las jóvenes salen embarazadas?</p>		
	<p>¿Considera el embarazo adolescente como uno de los problemas que enfrenta su institución?</p>		
<p>Trabajos de prevención</p>	<p>¿Qué medidas de prevención se está ofreciendo para que se disminuya el embarazo adolescente en su institución educativa?</p>		
	<p>¿Existe algún programa que se trabaje con los padres para prevenir el embarazo adolescente?</p>		

Acceso a medios	¿ Qué medios de comunicación son los que más utilizan los adolescentes de la institución?		
	¿ Todos los alumnos tienen acceso a internet o aparatos tecnológicos?		
Metodologías de los docentes	¿Qué tipo de metodologías educativas utiliza en sus clases con los alumnos?		
	¿Qué tipo de actividades prefieren los alumnos de la institución? ¿ Prefieren actividades al aire libre o dentro del aula?		

ANEXO 3

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TITULO:

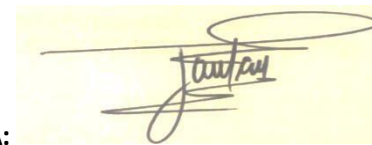
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. 14793 LUCIANO CASTILLO COLONNA, SULLANA 2020

OBJETIVO GENERAL: Encontrar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada para mejorar el nivel de prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020.

HIPOTESIS: Se trata de una investigación descriptiva en la que se busca encontrar algo, no se plantea hipótesis.

JUEZ EXPERTO: DR. JOSÉ ANTONIO CASTAÑEDA VERGARA

FIRMA:

A handwritten signature in black ink on a yellow rectangular background. The signature is cursive and appears to read 'José Antonio Castañeda Vergara'.

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: DR. EN EDUCACIÓN – MS. EN ESTADÍSTICA

FECHA DE REVISIÓN: 25/10/2020

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TITULO:


ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. 14793 LUCIANO CASTILLO COLONNA, SULLANA 2020

OBJETIVO GENERAL: Encontrar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada para mejorar el nivel de prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020.

HIPOTESIS: Se trata de una investigación descriptiva en la que se busca encontrar algo, no se plantea hipótesis.

JUEZ EXPERTO: Raúl Reynaldo Cruz Zapata

FIRMA:



GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister en Docencia Universitaria

FECHA DE REVISIÓN: 24 / 10 / 2020

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TITULO:

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. 14793 LUCIANO CASTILLO COLONNA, SULLANA 2020

OBJETIVO GENERAL: Encontrar la estrategia de comunicación para el cambio social más adecuada para mejorar el nivel de prevención del embarazo adolescente en los estudiantes de cuarto y quinto de secundaria en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna, Sullana 2020.

HIPOTESIS: Se trata de una investigación descriptiva en la que se busca encontrar algo, no se plantea hipótesis.

JUEZ EXPERTO: Dra. Karla Janina Celi Arévalo



FIRMA:

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Doctorado

FECHA DE REVISIÓN: 05 de noviembre del 2020

ANEXO 4



FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

Trujillo, noviembre 20 de 2020

RESOLUCIÓN DE FACULTAD N°0220-2020-FAC.CC. de la C.-UPAO

VISTOS: el Oficio N° 338-2020-ESC.CC. DE LA CC.-UPAO, remitido por la Dirección de Escuela sobre inscripción de proyectos de tesis elaborados en el marco del PADT CCOM 2020; así como la solicitud presentada por la bachiller ZAMBRANO CÉSPEDES, MARÍA DEL CARMEN, con el aval de la docente asesora Ms. MARÍA BARDALES VÁSQUEZ, solicitando el registro de su proyecto de tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, y;

CONSIDERANDO:

Que, la bachiller ZAMBRANO CÉSPEDES, MARÍA DEL CARMEN presentó el proyecto de tesis titulado: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. 14793, SULLANA 2020", conforme a los procedimientos complementarios <conferir el título profesional en la modalidad no presencial>, en el marco de la adaptación no presencial, con carácter excepcional, como consecuencia de las medidas para prevenir y controlar el covid-19 y, en concordancia con lo establecido en los "Procesos complementarios para la obtención de grado académico de bachiller y título profesional", aprobados con Resolución Rectoral N° 729-2020-R-UPAO, solicitando su inscripción;

Que, el referido Proyecto ha sido objeto de evaluación, la misma que forma parte del expediente, cumpliendo con lo exigido en el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, aprobado por Resolución de Consejo Directivo N.° 148-2020-CD-UPAO, de lo se desprende que el Proyecto reúne las condiciones y características académicas de un trabajo de investigación de la especialidad;

Que, asimismo, el proyecto en mención cuenta con el aval de la docente asesora Ms. MARÍA ISABEL BARDALES VÁSQUEZ, según informe remitido con fecha 12 de noviembre del año en curso;

Que, mediante Oficio N° 338-2020-ESC.CC. DE LA CC.-UPAO, de fecha 17 de noviembre del año en curso, la señora Directora de Escuela de Ciencias de la Comunicación, elevó al Decanato diecisiete (17) PROYECTOS DE TESIS, con las observaciones levantadas, entre ellos el de la bachiller ZAMBRANO CÉSPEDES, para su registro y la emisión de la resolución de su inscripción;

p. 1/2



 Trujillo

Av. América Sur 3145 - Urb. Monserrate - Trujillo
Teléfono: [+51] (044) 604444 - anexo 2306
fac_comunicacion@upao.edu.pe
Trujillo - Perú

Que, en concordancia con el Artículo 128° del Estatuto Institucional, adecuado a la Nueva Ley Universitaria 30220 y, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos correspondientes, la autora debe ser declarada expedita para la elaboración de la Tesis, de acuerdo con el Proyecto que amerita su inscripción.

Por las consideraciones expuestas y en uso de las atribuciones concedidas a este Decanato, con cargo de dar cuenta al Consejo de Facultad;

SE RESUELVE:

Primero: DECLARAR expedita a la Bachiller: ZAMBRANO CÉSPEDES, MARÍA DEL CARMEN, para el desarrollo de la tesis titulada: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. 14793, SULLANA 2020", para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Segundo: AUTORIZAR la inscripción del Proyecto en mención, en el Registro de Proyectos de Tesis de la Facultad con el N° 020-2020, quedando establecido que para su desarrollo dispone de un (01) año, siendo la fecha de vencimiento el 19 de noviembre de 2021.

Tercero: El Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuidará que el desarrollo del Proyecto de Tesis se realice de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de Grados y Títulos de nuestra Universidad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



Dr. Dante Giovanni Padilla Zúñiga
Decano



Dra. Ana Cecilia Loo Jave
Secretaria Académica

Cc: Dirección de Escuela, Coordinación VI PADT CCOM 2020, asesor, interesados, archivo.

p. 2/2



Trujillo

Av. América Sur 3145 - Urb. Monserrate - Trujillo
Telefono: [+51] (044) 604444 - anexo 2306
fac_comunicacion@upao.edu.pe
Trujillo - Perú

ANEXO 5



PERÚ

Ministerio
de Educación



Unidad de Gestión
Educativa Local Sullana
"Calidad de Innovación"



"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

INSTITUCION EDUCATIVA N° 14793
"LUCIANO CASTILLO COLONNA"
BELLAVISTA - SULLANA

CONSTANCIA

El Director de la I.E N° 14793 "Luciano Castillo Colonna" de Bellavista - Sullana.

HACE CONSTAR

Que, la señorita **María del Carmen Zambrano Céspedes**, identificada con DNI N° **71293672**, Bachiller en Ciencias de la Comunicación de la universidad privada Antenor Orrego, ha ejecutado la tesis titulada "Estrategias de comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo adolescente en la I.E. 14793 Luciano Castillo Colonna", Sullana 2020" entre los meses de setiembre y diciembre del presente año, cumpliendo de manera eficiente con los lineamientos permitidos por nuestra institución educativa.

Se extiende la presente constancia, a solicitud de la parte interesada para los usos y fines que estime conveniente.

Bellavista, 16 de diciembre del 2020.



Prof Jorge Alberto Rufino Carreño
DIRECTOR
I.E. N° 14793 "LCC" BELLAVISTA - SULLANA
DNI N° 03496335

ANEXO 6

INFORME PROYECTO DE TESIS

A : Directora de Escuela de Ciencias de la Comunicación
Del Asesor(a) : Ms. María Isabel Bardales Vásquez
Asunto : Informe de asesoramiento
Fecha : Trujillo, 17 de diciembre del 2020

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, así como del Programa de Apoyo a la Tesis (PADT) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, cumpro con emitir Informe del asesoramiento de la Tesis, titulada: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. 14793 LUCIANO CASTILLO COLONNA, SULLANA 2020" de la Bachiller María del Carmen Zambrano Céspedes.

El informe está estructurado bajo los siguientes lineamientos:

(Informar por separado sobre: el aporte de la investigación, enfoque del problema, objetivos, hipótesis, metodología y calidad de bibliografía).

1. La investigación es importante pues finalizada la misma, identifica la principal estrategia de comunicación para el cambio social que mejor permite incidir en la disminución de los embarazos en adolescentes de la I.E. donde se realizó el estudio.
2. El problema toma como referencia una realidad problemática en el ámbito del departamento de Piura y que actualmente las estadísticas reportan como una problemática social que no permite la realización personal social y profesional de los escolares.
3. Con relación a los objetivos y metodología se utilizó la investigación descriptiva utilizando instrumentos y técnicas cuantitativas y cualitativas para tener un mejor diagnóstico respecto al problema de investigación.
4. La bachiller ha recurrido a fuentes primarias y secundarias que guardan relación directa con la variable de estudio y con la problemática que motiva el interés de la presente investigación.

Por lo expuesto, agradeceré a usted, tomar en consideración el presente trabajo, a fin de ser sometido a evaluación por el Jurado designado, según resolución de Decanato, y continuar con el proceso de sustentación.

Atentamente,



María Isabel Bardales Vásquez
Asesora