



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

PROGRAMA EDUCATIVO DE PSICOLOGÍA EDUCATIVA
UNIDAD AJUSCO

TESIS

**“LA PERCEPCIÓN DEL ADOLESCENTE DE SECUNDARIA SOBRE LOS
CONTENIDOS SEXUALES QUE LE PRESENTA LA TELEVISIÓN”**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA

PRESENTAN:

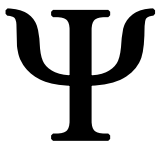
MAYÉN RODRÍGUEZ GABRIELA

SALINAS MARTÍNEZ YAZMÍN GUADALUPE

SÁNCHEZ MARTÍNEZ ALEJANDRA BERENICE

ASESORA:

MTRA: DIANA ORALIA GARCIA DIAZ



México, D.F. Noviembre, 2009.

Gabriela

A mis padres:

Con mucho cariño a mi mamá y papá, por estar conmigo en todo momento, apoyarme y brindarme todo su amor. Por todo lo anterior les agradezco de todo corazón el que estén a mi lado. Gracias por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí.

A mis hermanas y hermano:

Miriam, Mireya, Esther y Tomás, les doy las gracias por escucharme, darme consejos cuando más los necesite y sobre todo por estar conmigo en todo momento. Los quiero mucho, nunca lo olviden.

Alejandra:

Te doy las gracias por todo el apoyo brindado durante este largo proceso que fue titularnos. Tú más que nadie sabe lo difícil que fue lograrlo. Contigo compartí días enteros de búsquedas que parecían interminables, desveladas, desmañanadas, y también desaliento cuando algo no resultaba como lo habíamos planeado; sin embargo, no olvido aquellos momentos de alegría y agradables que compartimos, pláticas reconfortables, y sobre todo tu apoyo incondicional y consejos cuando más los necesite. Concluimos un ciclo más en nuestras vidas y deseo que logres todo lo que te propongas, aunque sé que lo lograrás porque eres una persona con una gran capacidad.

Yazmín:

Te doy las gracias por aquellos momentos agradables que compartimos en la universidad. Concluimos un ciclo más en nuestras vidas, y espero que logres todas tus metas y sueños. Mucha suerte.

Maestra Diana Oralia:

Estoy sumamente agradecida con usted por confiar en nosotras en la realización de este proyecto, su paciencia y compromiso la hacen ser una gran persona. Gracias por su apoyo a lo largo de más de dos años.

Dedicatorias y agradecimientos

Gracias a todas y cada una de las personas que forman parte de mi vida, por su infinito apoyo ternura y comprensión. Algunas están aquí conmigo y otras en mi mente y en mi corazón. Sin importar el orden de la lista quiero reconocerles por impulsarme a seguir a delante, por todo lo que me han brindado y por todo su amor.

Mamita sabes si yo volviera a nacer elegiría ser tu hija otra vez, gracias por todo tu esfuerzo, apoyo y por tu confianza en mí, por enseñarme que todo esfuerzo tiene su recompensa y que hasta en los momentos más duros de la vida ¡para atrás, ni para tomar impulso! TE AMO.

Un agradecimiento profundo a mi tía Paty por ser mi cómplice, consejera y amiga, por enseñarme los matices de la vida, por escucharme, entenderme y soportarme, por luchar conmigo hombro a hombro, por brindarme su apoyo incondicional incluso en situaciones difíciles y por su gran ternura. Quiero que sepas que te admiro y te respeto por ser quien eres, TE ADORO.

Papá, este es un logro que quiero compartir contigo, te agradezco que siempre has estado con nosotros en las buenas y en las malas. Quiero que sepas que ocupas un lugar especial, TE QUIERO MUCHO.

Leyito, físicamente no estás, pero sé que tu mente, tu espíritu y tu corazón a donde quiera que yo voy están conmigo. Gracias por todos los momentos juntos, por tus enseñanzas de vida, por inculcar en nosotros tus nietos el amor, el respeto y adoración de nuestros ancestros, por las historias que nos contabas a mis hermanos y a mí, y por todo lo que significas porque TU aun más que ser mi abuelo eres MI PADRE y donde quiera que estés ¡QUE DIOS TE BENDIGA NEGRITO!

Abuelita, tú eres la mejor madre que Dios creo, me has hecho saber que la vida nos da grandes cosas y que si luchamos por ellas nos saben mejor. Eres el principal ejemplo de una MUJER LUCHONA, INTELIGENTE, SABIA Y MUY COMPLETA en toda la extensión de la palabra. Quiero reiterarte mi más grande admiración y respeto. Siempre te tendré en mi mente y en mi corazón, ¡QUE DIOS TE BENDIGA SIEMPRE!

Riki y Ángelito, hermanitos quiero que sepan que LOS QUIERO MUCHO porque los dos son muy nobles, les deseo buena suerte en todo lo que vayan a hacer. Riki eres un ejemplo de vida hermano, te admiro mucho porque a pesar de todo lo que has pasado no te rindes, te aferras y eres el mejor líder nato que yo he conocido, eso lo heredaste de mi abuelo. Ángel eres muy simpático y alegras mi vida desde que eras muy pequeño. ¡LUCHEN HERMANOS, SÍ SE PUEDE!

Martincito y Catita, tíos gracias por guiarme, apoyarme en todos los sentidos y por todo lo que de ustedes he aprendido, doy gracias a Dios por su existencia y bien estar, porque ustedes son como mis padres. Los admiro, los respeto y son mi ejemplo a seguir ¡LOS QUIERO MUCHO! Martincito cuando sea grande quiero ser como tú.

Sergio y Angélica, tíos gracias por todo aquello que me han brindado, su apoyo y comprensión, en verdad son especiales para mí.

A mis primas (Gris, Fanny, Nancy) y primos (Mauri, Brian, Johan) gracias por ser todos mis hermanitos, en especial a Gris y Fanny por su paciencia de soportarme esos largos fines de semana en su casa y las noches en vela en su computadora ¡GRACIAS NIÑAS BONITAS!

Ale y Gaby, amigas INFINITAS GRACIAS por su apoyo, comprensión y ternura para conmigo, por su profesionalismo para trabajar juntas, por todos los momentos vividos durante la carrera y por hacer posible la terminación de la tesis, por ayudarme a realizar este sueño, nuestro sueño, por ayudarme a superar mis miedos, por enseñarme y aprender juntas el valor de la amistad. Nunca voy a olvidar los momentos que han estado a mi lado buenos y malos ¡LAS QUIERO Y LAS ADMIRO!

Gracias a todos mis profesores y profesoras, no solo a los de la carrera sino a los de toda mi vida escolar, muchísimas gracias pues forman parte de lo que ahora soy. En especial a nuestra asesora de tesis por todos los conocimientos que compartió con nosotros y por su valioso tiempo dedicado a este trabajo de tesis.

A todas mis amigas y amigos, sin distinción alguna, Aleja, Gaviota, Lupe, Magdis, Jessy, Lore, María Consuelo, Yolanda, David Padilla, Rafael, Esteban, Canti, Víctor, Apolinar y los Colulillas, mil gracias por todos los momentos que hemos pasado juntos y por que han estado conmigo siempre ¡LOS QUIERO MUCHO!

Flaquita muchas gracias por toda tu ayuda y bendiciones, siempre, desde que te conocí sé que estas a mi lado.

Gracias Dios por bendecirme y darme licencia de llegar a este momento de mi vida y brindarme la dicha de estar conmigo en todo momento.

Yazmín

DEDICATORIAS ALEJANDRA:

Mamá:

Más que mi madre, mi hermana y mi amiga eres mi compañera de vida. Nada de lo que yo soy y hago tendría razón de ser y sentido sin ti. Gracias por tu apoyo constante, desinteresado y lleno de amor para conmigo siempre. Te amo mamá.

Hermanos:

Lalo: Mi risueño eterno, mi mejor amigo. Gracias por tu apoyo y compañía, desde que llegaste a mi vida supe que nunca estaría sola. Te quiero.

Diego: Que honor se hermano de un tipo tan disciplinado y trabajador como tú. Que esto sea una muestra más de que todo sueño tiene su realización si trabajas por ello.

Dani: Haz sido una alegría constante en mi vida. Tan pequeño y tan guerrero, siempre me haz dado muestra de que lo que viene en el futuro siempre es mejor.

Papá: Gracias por estar siempre con nosotros.

Abuelo Ricardo:

Te extraño tanto... Que lastima que reconozcamos a los grandes hombres cuando ya no están. Donde quiera que estés te agradezco todo lo que hiciste por nosotros.

Wendy:

Hoy como desde hace 11 años tengo el honor de decir que eres mi mejor amiga, gracias por tu compañía y ayuda constante. Te quiero.

Gabriela y Yazmín:

Decidimos emprender este reto juntas y... ¡Hoy lo culminamos!. Mil gracias porque han sido grandes maestras de vida, les aprendí mucho. La quiero y siempre las recordaré.

Maestra Diana Oralia:

Que honor ha sido conocer a un ser humano tan profesional y dedicado como usted. No hay palabras que puedan agradecer su apoyo para con nosotras en todos los sentidos. Ojalá todos los profesionistas fuéramos tan comprometidos y dedicados sin olvidar la parte humana. La quiero mucho.

A las familias de Gaby y Yaz:

A cada uno de sus integrantes les agradezco el haber compartido conmigo su espacio, recursos y tiempo. Nunca tendré como pagarles la forma tan maravillosa en que me trataron. Martin y Omar, en especial a ustedes por poner sus recursos a nuestra disposición.

ÍNDICE

Páginas

RESUMEN..... I

INTRODUCCIÓN..... II

DELIMITACIÓN DEL TEMA

Delimitación del tema..... 1
Pregunta de investigación.....2
Justificación.....2
Objetivos.....3

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

CAPÍTULO I: EL ADOLESCENTE MEXICANO Y SU SEXUALIDAD

1.1 La adolescencia: Una caracterización general.....4
1.2 El adolescente mexicano.....6
1.3 El desarrollo cognitivo y moral del adolescente.....8
1.4 La sexualidad en la adolescencia.....11

CAPÍTULO II: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EN ESPECIAL LA TELEVISIÓN COMO FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE SEXUALIDAD PARA LOS ADOLESCENTES

2.1 Caracterización de los medios de comunicación.....16
2.2 Propósitos de los medios de comunicación.....18
2.3 Los medios de comunicación y su interacción con el desarrollo sexual de los adolescentes.....19
2.4 La televisión.....21
2.5 La influencia de la televisión.....22
2.6 Los contenidos de la televisión.....27
2.6.1 Los contenidos sexuales que presenta la televisión.....29
2.7 El proceso por el cual los adolescentes aprenden de los contenidos sexuales presentados en la televisión: la teoría del aprendizaje social.....31
2.8 La percepción del adolescente sobre los contenidos sexuales que les presenta la televisión.....34
2.9 Investigaciones sobre adolescentes, su sexualidad y la televisión.....36

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Tipo de estudio.....44
3.2 Variable de estudio y su delimitación.....44
3.3 Participantes.....45
3.4 Instrumento.....45
3.5 Escenario.....47
3.6 Procedimiento.....47

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1 Validación del instrumento.....	48
4.2 Datos demográficos.....	50
4.3 Análisis y resultados del instrumento.....	51
4.4 Resultados generales del instrumento.....	81

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

5.1 Discusión.....	83
5.2 Conclusión.....	85

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
--	-----------

ANEXOS

1. Versión experimental del cuestionario “Medios y salud, la voz de los adolescentes”
2. Versión experimental del cuestionario “Audiencias jóvenes y prácticas sexuales”
3. Cuestionario final “Tú y la televisión”
4. Formato “Validación de jueces”
5. Concentrado “Validación de jueces”

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo conocer la percepción que tienen los adolescentes de secundaria sobre los contenidos de sexualidad que transmite la televisión, ya que en la actualidad es innegable el fácil acceso que tienen los adolescentes a los medios de comunicación, en este caso la televisión. Es a través de ésta que aprenden y se forman una percepción a veces errónea de la sexualidad.

Participaron en el estudio 80 alumnos de la Secundaria Técnica No. 97 "Bernardo Quintana Arrijoa" turno vespertino, ubicada en la delegación Iztapalapa. Las edades de los participantes oscilan entre los 13 y 16 años de edad. El instrumento utilizado para recabar la información fue un cuestionario semicerrado de 30 preguntas, elaborado gracias a la revisión bibliográfica de dos investigaciones semejantes a la nuestra. El análisis de los resultados se hizo a través de un análisis de contenido para conocer cuáles son los programas que con mayor frecuencia ven los adolescentes y cómo impactan en la formación de su percepción sobre sexualidad.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, es innegable la facilidad de acceso que tienen los adolescentes a los medios de comunicación, en especial a la televisión. La televisión de acuerdo con Ferrés (1996) es un medio de comunicación que ha ocupado muchas horas de la vida cotidiana de las personas, ningún otro medio de comunicación ha demostrado un poder tan grande de fascinación y de penetración. Hay estudios (Fernández Ham y Ereneld, 2000) que demuestran que la televisión por su accesibilidad, es el medio de comunicación que más consumen los adolescentes. Entonces cabe preguntarse ¿qué ven los adolescentes en la televisión?, ¿a qué tipos de contenidos están expuestos? ¿cómo les impactan estos contenidos? ¿saben los adolescentes ser críticos ante lo que ven en la televisión? La exposición televisiva fomenta en el adolescente efectos que impactan en su desarrollo y formas de actuar ante ciertas temáticas de su interés (Orozco, 2001).

En este caso, la sexualidad es para el adolescente un tema de sumo interés, porque representa el motivo central de sus cambios físicos y psicológicos (Bleger, 1973). De su correcto desarrollo depende el comportamiento sexual adulto.

Si la sexualidad es un tema de interés para el adolescente, y éste dedica tiempo a ver televisión ¿qué impacto tienen los contenidos sobre sexualidad que le transmite la televisión?. La perspectiva teórica sobre el aprendizaje social desarrollado por Bandura (1987), sustenta que los seres humanos adquieren conocimientos y conductas de modo operante e instrumental. La observación es el proceso clave para la adquisición de estos conocimientos y conductas. Este proceso ocurre de especial manera cuando el adolescente se encuentra frente al televisor, él observa conductas y formas de pensar y actuar que impactan en su desarrollo, en la manera en que percibe la sexualidad, y por ende, de cómo la llevará a cabo en su vida diaria. Los contenidos sexuales a los que están expuestos los adolescentes son muchos y muy variados, y la manera en que los percibe es el tema central de la presente investigación.

La percepción será descrita y entendida en esta investigación como el proceso de recibir, seleccionar, adquirir, transformar y organizar la información proporcionada por los contenidos sexuales que les presenta la televisión a los adolescentes de educación

secundaria, medidos a través de sus opiniones, preferencias y conocimientos sobre la televisión.

En México se han desarrollado importantes esfuerzos por comprender los alcances de la sexualidad adolescente, en tanto está vinculada a los riesgos del embarazo no planeado y las infecciones de transmisión sexual incluyendo el VIH. Encuestas nacionales como las del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE, 2005) han evidenciado los cambios en la conducta sexual de los adolescentes mexicanos, sin embargo pocos estudios han trabajado técnicas cualitativas que indiquen cuáles son los medios que le proporcionan a estos información sexual y de qué índole. La cuantificación y la tipificación de las representaciones sexuales contenidas en la programación televisiva, no parece ser un área a la que se le haya dedicado especial atención en México.

La información que adquiere el adolescente con respecto a su sexualidad se ve reflejada en el comportamiento y conocimientos que manifiestan en su vida cotidiana. Estas manifestaciones corresponden el trasfondo esencial del desarrollo de la sexualidad en la adolescencia. Por lo anterior, es de suma importancia conocer la percepción que de los contenidos sexuales que le transmite la televisión tienen los adolescentes de secundaria, esto porque estudios (Fernández Ham y Ereneld 2000) han demostrado que la televisión es el medio de comunicación que más consumen los adolescentes por su accesibilidad, y es innegable que los contenidos sexuales se hayan en la televisión de manera implícita y a toda hora. La descripción y caracterización de la percepción de los adolescentes de secundaria acerca de los contenidos sexuales televisivos sirven en el campo educativo para proporcionar al adolescente las herramientas útiles que les permita desarrollar una sexualidad sana y completa, basada en el conocimiento crítico de lo que están viendo en televisión.

El presente trabajo se conforma y está dividido de la siguiente forma:

En el primer apartado titulado “Delimitación de la investigación” se incluyen los planteamientos básicos, los cuales son: delimitación del tema, pregunta de investigación, justificación y por último los objetivos.

En el primer capítulo titulado “El adolescente mexicano y su sexualidad”, se describen los procesos cognitivos, físicos, psicológicos y sociales por los que atraviesa el adolescente, para comprender que factores intervienen en su proceso de desarrollo.

En segundo capítulo titulado “Los medios de comunicación, en especial la televisión como fuentes de información sobre sexualidad para los adolescentes”, donde se realiza una caracterización de los medios de comunicación, sus propósitos y su interacción con el desarrollo sexual del adolescente. Seguido de la descripción de la televisión su influencia y contenidos sexuales, y el proceso por el cual los adolescentes aprenden de estos contenidos sexuales. Terminando con la percepción como una forma de medir el impacto de los contenidos sexuales de la televisión para el adolescentes, e investigaciones sobre adolescentes, su sexualidad y la televisión.

En “Método” que es el tercer capítulo, contiene el tipo de estudio, tipo de variable, detallando su estructura general y delimitando en forma esquemática, especificando el tipo de muestra, participantes, instrumentos, escenario y el procedimiento que se siguió a lo largo de toda la investigación.

En el cuarto capítulo titulado “Análisis y resultados” se presenta la validación del instrumento seguido de los datos demográficos y los resultados de la investigación en graficas.

En el quinto y último capítulo, se realiza una discusión y se concluye con la investigación.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitación del tema

En nuestro país, dentro de la educación secundaria, y en su currícula existen programas y temas dirigidos a la enseñanza orgánica de la sexualidad (en la materia de Ciencias), por otra parte tocan de manera muy superficial la influencia que ejerce la publicidad transmitida en los medios de comunicación en los adolescentes y cómo estos se relacionan en su vida cotidiana (tomado del programa de Formación Cívica y Ética de tercer grado de secundaria, RES 2006). Resulta importante recalcar que estos contenidos no hacen alusión al impacto que ejercen en el adolescente directamente en la información y formación sobre la sexualidad y que alteran su percepción sobre ésta.

Una de las principales influencias de información sexual que recibe el adolescente de educación secundaria en México proviene de los medios de comunicación. En las últimas décadas, los medios de comunicación masiva, (en especial la televisión por su fácil accesibilidad), han rebasado su principal objetivo de entretener, y en la actualidad provee de información sujeta el consumismo y al control de su audiencia (Corominas, 1999), lo que ha propiciado una desvirtuada imagen de los medios, pero sobre todo de la información y criterio de las personas que consumen los contenidos que presentan los medios de comunicación, en especial a los adolescentes en áreas como la sexualidad.

Comenzar a comprender el impacto de los medios de comunicación y en este caso específico de la televisión y sus contenidos en el adolescente, nos conduce a la teoría del aprendizaje social de Bandura (1987), que explica cómo el ver televisión para el adolescente (lo que ha simple vista no tiene mayor complejidad), es un proceso que le permite adquirir conocimientos y conductas con el hecho de sólo observar.

Por todo lo anterior, conviene que desde el campo educativo se haga una reflexión, en cuanto a la importancia de saber qué información proporcionan los contenidos televisivos sobre sexualidad y cómo impacta ésta en la percepción que sobre la misma tienen los adolescentes. Un primer paso para ello es conocer qué programas ven los adolescentes en televisión, y saber si perciben los contenidos sexuales de sus programas favoritos y qué opinan de ello. Esto permitiría crear un ambiente de aprendizaje a los adolescentes en el conocimiento y en el ejercicio de su sexualidad de forma consciente, crítica y responsable.

Es por ello que la presente investigación pretende dar a conocer la percepción que sobre los contenidos sexuales que presenta la televisión tienen los adolescentes de secundaria, tal vez esta investigación en un futuro sirva como base para determinar el grado de influencia de la televisión en el desarrollo sexual del adolescente. Con base en esto se ha planteado el problema de investigación de la siguiente manera:

Pregunta de investigación

¿Qué información sobre sexualidad transmitida por la televisión percibe el adolescente de secundaria?

Justificación

Dentro del marco educativo, resulta oportuno hacer una reflexión sobre el impacto de los medios de comunicación masiva, en especial de la televisión en los adolescentes y en el ejercicio de su sexualidad, ya que una de las principales formas de acceso al aprendizaje de la sexualidad en los adolescente lo constituyen los discursos, relatos, imágenes y escenas que se ofrecen a través de la televisión (lo que denominaremos contenidos televisivos), las cuáles constituyen una de las principales fuentes de información sobre sexualidad transmitiendo sin intencionalidad educativa, estos modelos la mayoría de las veces ofrecen una imagen deformada de la sexualidad pero que los adolescentes interiorizan de forma inconsciente.

Para ello, se hace necesario partir de dos premisas: la primera es, que los medios de comunicación aportan a la construcción de modos de ser y de modelos de comportamiento. La segunda premisa es que en los medios cada vez más prevalecen los mensajes con contenidos sexuales (Crespo, 2005), e influyen en los comportamientos del ser humano, en especial de los adolescentes, pues se encuentran en una etapa de pleno desarrollo en torno a su sexualidad.

Bleger (1973) señala que el tema de mayor interés entre los adolescentes es la sexualidad, y no es de extrañar entonces, que los adolescentes adquieran mucho de su desarrollo sexual a partir de los contenidos que ven en la televisión, aunque cabe aclarar que los adolescentes no son meros repetidores de los modelos observados que se presentan en televisión, ya que dentro de su desarrollo tienen otro tipo de influencias como la familia, el

grupo de pares, la escuela, etc., los cuales son un factor importante en el comportamiento de los adolescentes.

Por otra parte resulta importante decir que no es posible que observen críticamente estos contenidos, puesto que sus capacidades cognitivas no están plenamente desarrolladas y por consiguiente, en el análisis o no que hacen ellos sobre los contenidos que ven en televisión.

A la luz de estos argumentos resulta importante que dentro del campo educativo y psicológico se exploren los contenidos sexuales en televisión y su impacto en la sexualidad adolescente, para ello se plantean los siguientes objetivos.

Objetivos

General:

- Conocer la percepción que tienen los adolescentes de secundaria sobre los contenidos televisivos que sobre sexualidad les presenta la televisión.

Particulares:

1. Construir y validar un cuestionario que permita medir la percepción que tiene los adolescentes de secundaria sobre los contenidos televisivos que sobre sexualidad les presenta la televisión.
2. Conocer la opinión de los adolescentes sobre los contenidos sexuales que se presentan en la televisión.
3. Conocer los contenidos televisivos que con más frecuencia ven los adolescentes de secundaria.
4. Conocer las razones por las cuales los adolescentes deciden ver sus programas de televisión preferidos.

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

CAPÍTULO I: EL ADOLESCENTE MEXICANO Y SU SEXUALIDAD.

1.1 La adolescencia: una caracterización general.

La adolescencia es el periodo de la vida humana que marca la transición entre la infancia y la edad adulta. Adolescencia procede del vocablo latino *adoleceré* que significa *crear* o *desarrollarse hacia la madurez*. Por lo tanto, es un proceso de adaptación que reviste formas variadas. Su duración varía en cada persona según la sociedad y cultura a la que pertenezca; incluso se presentan diferencias significativas según los grupos, los sectores y las subculturas sociales.

Hurlock (1997), menciona que la entrada a la adolescencia marca un periodo de intensos cambios. Explicaremos brevemente en qué consisten estos cambios característicos.

Los cambios biofisiológicos implican la capacidad biológica para la reproducción, que dan lugar a la producción cíclica de óvulos en la mujer y la formación permanente de espermatozoides en el varón. También implican la capacidad completa de respuesta sexual, es decir, una serie de reacciones conductuales ante un estímulo sexual que se manifiesta según las fases del deseo, excitación, orgasmo, etc.

Entre los cambios psicosexuales que se producen están, la construcción del nuevo esquema corporal y la orientación del deseo. Los cambios físicos, referidos a los denominados caracteres sexuales secundarios (en las niñas el ensanchamiento de la cadera y el crecimiento de senos, en los niños vello facial, cambio de voz y rebustecimiento del tórax) dan lugar a una imagen de sí mismos diferente. La orientación del deseo sexual supone la elección de objetos por los que una persona se sienta atraída: heterosexualidad, bisexualidad y homosexualidad.

Afectivamente, las primeras relaciones de pareja y enamoramiento constituyen un aspecto clave en este período. La autoestima, como consecuencia de la aceptación de los cambios físicos y de cómo lo perciben los demás, este es un proceso fundamental en la adolescencia.

Al tener todos estos cambios, el adolescente modifica las conductas que tenía hasta el momento, busca unas nuevas que le permitan responder el porqué del nuevo funcionamiento de su cuerpo y a los requerimientos socioculturales de ese momento. Por lo tanto, el objetivo principal de la adolescencia en el ser humano es lograr una identidad propia, estable y diferente a la de los demás.

La identidad es el centro del individuo, se encuentra ligada a la cultura en la que el adolescente se ve inmerso, es el conjunto de identificaciones individuales y de conjunto del medio que ayudan a formar al adolescente a nivel intelectual y afectivo.

Con el desarrollo de las glándulas sexuales, es decir de los ovarios en las mujeres, y de los testículos en los hombres, se desencadena en el adolescente una visión distinta y curiosa de su sexualidad. La sexualidad forma parte de la identidad en general. Bleger (1973) considera que al ser el desarrollo de las glándulas sexuales las detonadoras de la etapa de adolescencia en el ser humano, y el adquirir una identidad, el objetivo principal de la adolescencia, el desarrollo de la sexualidad, se convierte en el centro generador de la problemática adolescente, de ahí la importancia de un desarrollo sexual sano, que es ante todo el logro de una identidad.

Una de las primeras consecuencias de las transformaciones ya mencionadas que suceden en el adolescente, es la curiosidad por todas las cosas relacionadas con la sexualidad. Los adolescentes buscan información fuera de la familia; en revistas, libros, diccionarios y sobre todo en las conversaciones con los compañeros, esta curiosidad siempre va a estar presente hasta la juventud, se vuelven a plantear las mismas preguntas como si todavía no las supieran, es un tema interesante e intrigante entre amigos, y parece que nunca se estuviera satisfecho con lo que se sabe. Hay una necesidad de satisfacer la inquietud y la curiosidad, estimulado por el ambiente, por las necesidades internas y por la atracción que se siente por el sexo opuesto; por ello se hace necesaria una satisfacción de estas necesidades de conocimiento: lo que denominamos educación sexual.

“La educación de la sexualidad en el adolescente tiene que implicar el conocimiento de que no existe una adolescencia, sino varias, a las que se les denomina etapas de la adolescencia. Se distinguen una preadolescencia, una adolescencia temprana, una adolescencia propiamente como tal, una adolescencia tardía y una postadolescencia; por tanto, se considera que la

educación sexual debe darse de acuerdo a cada una de estas etapas. En la preadolescencia debe tomarse muy en cuenta la relación que se tiene con la madre; en la adolescencia temprana tiene mucha importancia la bisexualidad; en la adolescencia propiamente tiene mucha importancia el proceso de identidad, en la postadolescencia se vuelve primordial la jerarquización de intereses” (González, 2005, p. 19).

La educación sexual debe ser un proceso por el cual un sujeto adquiere actitudes, conocimientos, valores, normas y patrones de comportamiento en lo referente a la sexualidad, que inicia con el nacimiento y termina con la muerte; es un proceso de formación integral que ayuda al sujeto a reconocerse como un ser sexuado. Corella (1973) menciona que el objetivo de la educación sexual es “formar actitudes que capaciten al individuo para que puedan crear sus propios valores, que les permita vivir una vida sexual sana, consciente y responsable” (p. 21).

Monroy (citado en Carneiro, 1970) dice que: “La educación sexual inadecuada trae consigo problemas de diversa índole: abortos, hijos no deseados, madres solteras o muy jóvenes, matrimonios prematuros, divorcios, relaciones extramaritales, enfermedades de transmisión sexual, desajustes psicosociales y emocionales, perversiones sexuales, disfunciones psicosexuales, falta de confianza y respeto entre los sexos, etc.” (p. 101).

Por todo esto, se hace necesaria una educación integral, que implica el concepto de una educación sexual primero familiar y después escolar, una educación en proceso continuo y constante con el entorno que forme y contribuya al desarrollo sexual del adolescente.

1.2 El adolescente mexicano.

La adolescencia es un fenómeno cultural y social. En México y en el mundo la manera como se distribuyen las funciones familiares y sociales entre hombre y mujer; los acontecimientos del país ligados a la economía, política y la información que manejan los medios de comunicación forman parte de la manera en cómo se desarrollará la adolescencia de su población.

Actualmente en el mundo se cuenta con más de mil millones de personas entre los 10 y 19 años de edad, 85% de los cuales viven en países en vías de desarrollo. En nuestro país, la población adolescente se ha duplicado en los últimos 30 años, pasando del 11.4%

en 1970 al 21.3% millones en 1999. El rápido crecimiento demográfico propició una distribución por edades marcadamente joven, con una elevada proporción de niñas, niños, adolescentes y jóvenes. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI (2002) la población joven entre los 15 y 29 años asciende a 27.2 millones que corresponde al 28.5% de la población total. De este volumen, el 48% son hombres y un 52% son mujeres. Entre el año 2000 y el 2020 el grupo más grande de población será el de 10 y 19 años.

Aproximadamente el 40% de las y los jóvenes mexicanos viven en el campo, lo que trae como consecuencia que sus demandas se relacionen con las oportunidades de acceso al sistema educativo y a la búsqueda de fuentes de trabajo que les permita mejorar sus condiciones de vida. De acuerdo con el Consejo Nacional de Población CONAPO, la tercera parte de la población joven (siete millones) vive en hogares en situación de pobreza, la mayoría abandona la escuela a edad temprana y la migración se constituye en un medio recurrente para mejorar sus ingresos. Casi tres de cada diez migrantes hacia los Estados Unidos (28.1%) tiene entre 15 y 24 años, muchos de estos jóvenes no han tenido experiencia previa de migración y tres cuartas partes, no cuentan con documentos para ingresar al país vecino.

CONAPO (1986) menciona que en México en el medio rural y suburbano, ciertos aspectos de la adolescencia duran menos tiempo, debido a que estos adolescentes adquieren pronto responsabilidades de adulto; por ejemplo, la unión conyugal y el trabajo. En los sectores urbanos, la adolescencia reviste la forma característica de las sociedades industriales; en ellos el proceso de adaptación a la vida adulta se prolonga, puesto que el sistema social requiere de individuos con preparación profesional cada vez más especializada, imponiendo con ello una moratoria para la formación de uniones conyugales estables.

La sociedad mexicana a través de sus instituciones influye en los individuos para que estos adquieran las actitudes, normas y pautas que les permitan integrarse como miembros activos en el sistema socio-cultural establecidos. Este proceso llamado socialización, pasa por una etapa conflictiva durante la adolescencia. El adolescente debe adaptarse a los requerimientos del sistema socioeconómico: La sociedad le exige que sea responsable; que comience a ser productivo y que se prepare con seriedad para la vida adulta. Sin embargo, no le ofrece ningún estatus ni un rol bien definido; por una parte se le sigue tratando como un

niño y por la otra se le demanda que se comporte como adulto; en ocasiones se le pide dependencia, mientras que en otras se le recrimina por su falta de autonomía.

La posición tan ambivalente de la sociedad con respecto al adolescente, influye en cómo se presente en él las crisis de identidad. El adolescente necesita contestarse las preguntas de: ¿Quién soy?, y ¿Qué quiero?, con un limitado número de opciones que la sociedad le ofrece para contestarlas.

Por lo tanto la adolescencia en México como se puede apreciar, está más ligada actualmente a los factores sociales y se ve regida por ello.

1.3 El desarrollo cognitivo y moral del adolescente.

Además de todos los cambios físicos y psicológicos que se presentan durante la adolescencia, estos alcanzan un nuevo y superior estadio de conocimiento que les permitirá concebir y resolver situaciones y problemas de manera diferente a como lo habían resuelto hasta ese momento.

Piaget (1977) denomina a esta etapa como operaciones formales, y su importancia reside en que es el estadio final de la secuencia del desarrollo cognoscitivo, es decir, definirá el modo de resolución y pensamiento adulto. La etapa de las operaciones se alcanza entre los 11 y 12 años y se consolida hacia los 14 y 15 años de edad, es la finalización de una serie de características estructurales y funcionales en el pensamiento: las características estructurales hacen referencia al comportamiento lógico de un individuo ante una tarea, mientras las características funcionales son los rasgos generales del pensamiento formal; sus formas, enfoques y las estrategias que utilizan para resolver problemas.

- Características del pensamiento formal:

Para Piaget el pensamiento formal es universal, ya que todos los adolescentes en formación escolar lo pasarán, es uniforme y homogéneo porque es todo un sistema de conjunto, atiende a las estructuras de las relaciones entre los contenidos y sus objetos:

- a) La realidad es concebida como un subconjunto de lo posible: Hace alusión a las diferencias cognoscitivas entre niños y adolescentes: estos preverán las situaciones causales entre los elementos, los analizará y aterrizará a la realidad utilizando todas

las combinaciones posibles que determinen dicho efecto, mientras que los niños no lo hacen.

- b) El carácter hipotético-deductivo: El adolescente utilizará estrategias (consistentes en formular un conjunto de explicaciones posibles, que después someterá a una comprobación empírica de ser posible), que les permita valorar cada una de las hipótesis que se les pudieran ocurrir. Es de mucha utilidad para llegar a un resultado la utilización del esquema controlador de variables que consiste en variar sistemáticamente un factor o variable cada vez, mientras que los demás factores se mantienen constantes.
- c) El carácter proposicional: Las proposiciones son afirmaciones de lo que puede ser posible, son de naturaleza abstracta e hipotética independientes a la realidad concreta. Los adolescentes se sirven de proposiciones verbales para expresar sus hipótesis y razonamientos, así como los resultados obtenidos.

Una vez que los adolescentes reciben una información pueden concebir todas las posibles relaciones entre las variables que componen la información, lo cual les sirve para tratar de establecer las causas efecto de la información recibida.

La teoría piagetiana del desarrollo cognoscitivo del adolescente es muy respetada y adoptada en psicología, sin embargo hay que resaltar que no habla del valor del conocimiento previo de los adolescentes y de las influencias de su medio ambiente que pueden modificar el carácter y la formación del pensamiento de éste.

También resulta muy importante tomar en cuenta que el progreso que cada adolescente realiza en el desarrollo de su capacidad de elaborar pensamientos más complejos se lleva a cabo de formas diferentes. Cada adolescente elabora un punto de vista propio acerca del mundo. La presencia de cuestiones emocionales y ambientales frecuentemente interfiere de forma definitiva en la capacidad que el adolescente tiene para pensar con mayor complejidad.

Paralelo al desarrollo de la cognición, también se da el desarrollo moral del adolescente, en esta etapa, se construye una relación con los compañeros basada en el respeto mutuo que surge del hecho de considerarse iguales y de respetarse recíprocamente. Las reglas surgen de la cooperación y del intercambio basado en el diálogo y la

colaboración, son obedecidas por respeto a los demás y no por obligación, se da una comprensión y convicción real de las normas en tanto que se reconoce y acepta como buenas. Piaget (citado en Sprinthall A., Sprinthall C., Oja N., 1996) afirma que en circunstancias normales los adolescentes experimentan un desarrollo que les lleva desde una moral basada en la presión adulta a una moral de la cooperación y la autonomía.

Por su parte Kohlberg (citado en Puig, 1996), considera que la finalidad de la educación moral es facilitar al adolescente aquellas condiciones que estimulen el desarrollo del juicio moral. Desarrollo que se entiende como progresión continua de las formas de razonamiento moral. Progresión de carácter universal y no condicionada por los valores concretos de las distintas culturas.

Kohlberg sitúa a la adolescencia en las etapas:

- Preconvencional, en el estadio dos “Moral instrumental e individualista”, el cual comprende de los ocho a los catorce años. Para los adolescentes que se encuentran en este estadio lo correcto y justo es actuar de modo que se satisfagan también las necesidades de los demás; sin embargo el beneficio que pueden obtener los demás no es el resultado de la lealtad o la solidaridad, sino el producto de una de reciprocidad mercantil. La razón moral que justifica llevar a cabo una determinada conducta es satisfacer las necesidades de los demás y reconocer si cabe que las demás personas tienen también sus propios intereses y necesidades.
- Convencional, estadio tres “Moral normativa interpersonal”, el cual suele aparecer en la preadolescencia o la adolescencia. Los adolescentes que se encuentran en este estadio consideran que el comportamiento correcto es aquel que complace y ayuda a los demás y que por lo tanto acaba recibiendo su aprobación. Lo correcto es vivir en coherencia con las expectativas que las personas próximas a ellos proyectan sobre su conducta. Las razones para actuar de forma justa son las necesidades de ser una buena persona, entendiendo tal concepto como la obtención de aprobación por parte de las personas más allegadas y apreciadas.
- Estadio cuatro “Moral del sistema social”, suele aparecer hacia la mitad de la adolescencia y en muchos casos se prolonga toda la vida. Los adolescentes consideran la autoridad como guía del deber, aunque ya no es una autoridad personal sino la autoridad que procede de toda la sociedad y de sus normas. El

comportamiento correcto consiste en cumplir con el propio deber, que no es sino cumplir con los compromisos adquiridos, respetar con tal comportamiento a la autoridad establecida y mantener el orden social.

Kohlberg (citado en Sprinthall A., Sprinthall C., Oja N., 1996), menciona que los adolescentes siguen las pautas que dicta el grupo en donde se encuentra inmerso, es decir, la conducta de muchos adolescentes esta encaminada hacia los otros, su centro de atención puede estar orientado a los dictados de la mayoría, el grupo de iguales o un adulto el cual admiren, o se identifiquen.

1.4 La sexualidad en la adolescencia.

Adquirir conocimiento sobre el sexo y los roles sexuales aprobados por la sociedad es importante en la transición de la infancia a la adultez con respecto a la sexualidad. Resulta relevante que el adolescente conozca todo lo relacionado con la sexualidad y los roles, esto es necesario para que se pueda adaptar a su ambiente y a los individuos que lo rodean, para que comprenda las responsabilidades y deberes que va a tener y también para poder desempeñar una función sexual aprobada por la sociedad.

González (2005), menciona que la primera tarea evolutiva en la transición de la infancia a la adultez con respecto a la sexualidad es el conocimiento de lo que es y significa el sexo en la vida del hombre y el conocimiento de los roles sexuales, la segunda tarea evolutiva es el desarrollo de las actitudes favorables, es decir, lo que el adolescente piensa sobre el sexo, su sexo opuesto y los roles aprobados por la sociedad que se espera que desempeñe cada sexo dentro de la cultura. Una vez que se aprende una actitud, sea positiva ó negativa, es probable que el adolescente la conserve durante toda su vida. Por eso es muy importante el ambiente en que se desarrolle, y las experiencias vividas tanto en la infancia como en la pubertad y adolescencia.

En el desarrollo sexual de la adolescencia influyen tanto los cambios físicos, (la maduración de los órganos reproductores), como psicológicos, además de las presiones y expectativas sociales.

Blos (1971) y Ericsson (1978), aportan sus perspectivas teóricas acerca de la sexualidad en la adolescencia. La describen como un periodo entre la infancia y la edad

adulta, en la que el individuo necesita formar una identidad propia; para ello él requiere separarse emocionalmente de sus padres y poner en tela de juicio lo que antes aceptó sin replica: normas, valores, creencias y modelos familiares que le permitan crear actitudes sexuales favorables. Para hacer una descripción detallada del desarrollo sexual del adolescente y con base en los estudios de los autores ya citados anteriormente, se pueden distinguir cuatro etapas:

- 1) Aislamiento: La etapa de aislamiento marca el inicio de la adolescencia. El joven se desconcierta ante los cambios biofisiológicos que vive y se retrae o aísla del mundo exterior en especial de su familia. El encerrarse en sí mismo se explica por una necesidad imperiosa de comprender lo que está pasando, al igual que el retraimiento de su familia se debe a los conflictos que surgen de esta necesidad imperiosa de comprender lo que le sucede, se trata de una conducta adaptativa. Esta situación propicia también una nueva modalidad en la forma del pensamiento, la cual permite que la reflexión y la crítica sean una posibilidad en su pensamiento.
- 2) Orientación incierta de la sexualidad: En esta segunda fase, los adolescentes buscan intensamente identificarse con personas ajenas al hogar, para romper así las ligas emocionales infantiles con su familia y establecer más adelante relaciones de tipo adulto. El resultado de esto es un sentimiento de incompreensión creado por los adolescentes; por esto buscan en amigos del mismo sexo una identificación con elementos que asimilados, enriquezcan su personalidad y le ayude a lograr su identidad. La gran identificación que logran con ellos puede provocarles cierto sentimiento de homosexualidad que en la mayoría de los casos al transcurrir a la siguiente etapa quedan atrás.
- 3) Orientación estable de la sexualidad: Las dos fases anteriores dan al joven las bases para adquirir una identidad sexual estable, que implica renunciar al sexo que no se tiene y dejar atrás las formas de gratificación y amor infantiles. En este momento el adolescente comienza hacer sus primeras elecciones amorosas heterosexuales, y comienza a responderse quién es, pues encuentra ciertos gustos y afinidades con personas y con el medio en el que vive, pero por otro lado, se da cuenta de la importancia de su individualidad como persona.

- 4) Consolidación: En esta fase final, el adolescente realiza acciones con objetivos a largo plazo, reacomodándose a la realidad; hay estabilidad en sus emociones y flexibilidad para comprometerse y postergar acciones. Es la consolidación del desarrollo sexual porque ha aceptado sus cambios y los ha integrado a su personalidad.

Es muy importante que las actitudes infantiles con las que se inicia la adolescencia cambien, es más, el retraso en el cambio de las actitudes sexuales conduce a muchos problemas sociales, principalmente puede ocasionar problemas en la personalidad de los adolescentes y sus adaptaciones a la vida. Un problema muy importante en nuestra sociedad es el machismo, y esto se debe a que el hombre sigue con ese sentimiento infantil de superioridad y rechazo al sexo femenino.

González (2005) afirma que hay muchas condiciones que afectan las actitudes hacia la sexualidad y algunas de estas son:

- La clase de información sexual. Que depende del ambiente en que esté el adolescente. La información que viene de observaciones o lecturas obscenas o la pornografía, estimula las actitudes negativas. Los adolescentes que reciben información seria y objetiva de sus padres o de la escuela, tienen actitudes favorables hacia el sexo.
- Las actitudes de personas importantes. Las actitudes dependen mucho del ejemplo que nos dan nuestros padres y familiares desde la infancia. Aunque tengamos experiencias nuevas durante la preadolescencia, o contactos sociales nuevos, las actitudes que nos transmitieron nuestros padres durante la infancia siempre van a dominar frente a las nuevas.
- Primeras experiencias: así como el ejemplo de las actitudes de nuestros padres durante la infancia, las experiencias vividas durante esa etapa de nuestra vida también nos van a marcar y nos van a dirigir la conducta y pensamientos sobre el propio sexo o el sexo opuesto. Esto también depende del ambiente en que el individuo se desarrolla y las creencias de sus padres. Por ejemplo, un padre machista le transmitirá a su hijo o hija ya sea por medio de palabras o actos su actitud machista.

Por otro lado y por lo general, el adolescente siente vergüenza y miedo de preguntar a sus padres o personas adultas los interrogantes que tiene sobre la sexualidad, le es más fácil hablar de esos temas con sus amigos, ya que se encuentran en la misma situación de intriga o tienen información obtenida ya sea por la propia experiencia o por revistas, películas, relatos de conocidos, etc. También es normal que cuando no pueden conseguir algún tipo de información sobre el sexo, tratan de satisfacer su curiosidad por medio de la experimentación, como la masturbación, juegos sexuales, besos, caricias y muchos otros tipos de experimentación con la pareja del sexo opuesto o individualmente. Esto puede ocasionar en el adolescente sentimientos de culpa y creer que es una persona sucia e inmoral por realizar esos actos e interesarse por estos temas. Es mejor que los adolescentes busquen información dentro del núcleo familiar o con profesores, porque muchas veces la información de los amigos o publicaciones en revistas son poco serias y convierten la sexualidad en algo sucio o inmoral que le provocan una actitud desfavorable hacia ella. (Jaccard, Ditus y Gordon, 2000)

Actualmente serán pocos los que se hallen en desacuerdo con la afirmación de que, desde el final de la Segunda Guerra Mundial, y mayormente en la década de los sesenta con la creación de la pastilla anticonceptiva, han tenido lugar cambios fundamentales de la sociedad mundial frente a todo lo referente a la sexualidad. Son estos cambios generales los que constituyen la comprensión del desarrollo sexual de los adolescentes. En el mundo actual la sociedad ha aceptado las relaciones sexuales extraconyugales, el divorcio está siendo cada vez más corriente, existe una tolerancia mucho mayor con diferentes tipos de comportamiento sexual, la homosexualidad no precisa ya mantenerse oculta, los medios de comunicación masiva ofrecen informaciones de todo tipo a los integrantes de una sociedad con información sobre sexualidad; dando como resultado que el tema sexual sea tratado de manera más abierta y con más frecuencia. Formando parte de todo esto se encuentran la información cada vez más fácil de obtener sobre métodos anticonceptivos que han posibilitado hacer asequibles la distinción del sexo por una parte, y procreación por otra. Estos cambios que en ciertos aspectos se pueden calificar como revolucionarios, no pueden dejar de ejercer efectos sobre los adolescentes y el desarrollo de su sexualidad (Coleman, 1987).

La apertura a los temas sobre sexualidad en la cultura mexicana no ha pasado desapercibida; “en la época de nuestras abuelas o hasta nuestras madres, muchas llegaban a la etapa de la menarquia sin saber qué era y porqué, era un tema muy delicado y muchas

se asustaban, hoy en día es raro un caso así, ya que el tema de la sexualidad se habla con más libertad porque se ha entendido que es algo normal y necesario para el individuo” (Doring, 2000) (p. 12).

CAPÍTULO II: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EN ESPECIAL LA TELEVISIÓN, COMO FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE SEXUALIDAD PARA LOS ADOLESCENTES.

2.1 Caracterización de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en¹:

- **Medios audiovisuales:** los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; en cuanto a la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente.
- **Medios radiofónicos:** la radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir. También vale decir que, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo; además, a diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Así mismo, es un medio que,

¹ Clasificación obtenida en: <http://educacomunica.iespana.es/origen%20y%20desarrollo%20del%20tema.htm>

a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos.

- **Medios impresos:** Éstos son las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público en nuestro país, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, cosa que desafortunadamente en Colombia no todo el mundo tiene. Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por considerarlas más fieles y transparentes, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su acomodo. El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.
- **Medios digitales:** también llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios, una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Ahora bien, los medios de comunicación tienen ciertas características que pueden clasificarse como positivas y negativas. Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. Además, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o cuando menos, no desaparezcan por completo. Otro factor positivo se da en el ámbito económico; quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de conciencia sobre una especie de producto, es decir, puede generar su propia demanda, ya que los medios cumplen funciones como las de formadores de opinión y preferencias, entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo para hacer posible el mercadeo. Las características negativas recaen en la manipulación de información, y para incentivar el consumismo. Es importante resaltar que los medios de comunicación deben trabajar con ética, al igual que los productos, deben difundir mensajes educativos y culturales, de desarrollo científico y tecnológico, mensajes que reflejen identidad nacional y de los valores positivos de la humanidad.

2.2 Propósitos de los medios de comunicación.

El propósito principal de los medios de comunicación es informar, pero según su tipo pueden especializarse en; entretener, formar opinión, enseñar, etc.

Muchos autores que han estudiado la dinámica de los medios de comunicación señalan como uno de los principales propósitos ocultos o negativos de los medios de comunicación radica en las funciones de poder de estructuración en una vida humana, así como de la reconstrucción y generación de conocimientos y afianzamiento del poder ideológico Kagelman y Wenninger (1986). Además los medios de comunicación según Lazarsfeld y Merton (1977) cumplen con funciones como: conferir status a grupos y a determinados individuos para distinguirlos, con lo cual tiene poder de concentrar la atención masiva en una persona, hecho o acontecimiento. Otra de las funciones de los medios es la de imponer normas sociales, normativizar la realidad mediante la reafirmación de determinadas costumbres, modos o maneras de estar en la sociedad y encarar los problemas propios de la estructura social. Por último, se habla de la disfunción narcotizante en el sentido de que al recibir una cantidad de información sirva más para “narcotizar” al usuario de los medios para estimularle y que este no reflexione sobre su entorno.

Los medios de comunicación influyen tanto en el nivel consciente como en el inconsciente del receptor, provocando cambios en su forma de pensar y actuar, dado que inciden directa e indirectamente en los valores comunes de la sociedad (Sevillano, 1998).

Por otro lado, es de gran importancia resaltar que los medios de comunicación, en especial la televisión, están siendo asumidos por los adolescentes como instrumentos socializadores y de transmisión de valores supliendo a los que comúnmente se denominan agentes tradicionales de ello (la familia, la escuela, los amigos etc.).

Es por ello, que en el medio educativo, las influencias de los medios de comunicación dan lugar a un nuevo tipo de alumnado que aparece como receptor de una información que se da fuera del aula (Sevillano, 1998).

2.3 Los medios de comunicación y su interacción con el desarrollo sexual de los adolescentes.

Los medios masivos juegan un papel muy importante en la modificación de las conductas y estilos de vida relacionados con la salud y la sexualidad, cuando son ideadas y ejecutadas de acuerdo con determinados principios, y cuando operan durante varios años. Sobre los medios de comunicación masiva, es reconocida su considerable influencia, que afecta un aspecto central de la cotidianidad e intimidad humana: los medios tienen un papel dominante en el desarrollo humano. Con diferentes propósitos, su uso les da a los adolescentes acceso a temas de salud, de sexualidad, con un tratamiento en su abordaje que induce muchas dudas y sospechas sobre la presentación y calidad del mensaje, no así sobre su importancia en el desarrollo del adolescente (Crovi, 2000).

Por otra parte, la pérdida de los mecanismos tradicionales de pertenencia (socialización) pueden generar una ausencia de perspectivas en el adolescente: identidades frágiles y el desencanto ante el debilitamiento de los lazos familiares. La escasez de oportunidades en un mundo cada vez más competitivo, implica para los adolescentes el que recurran por necesidad de afiliación y de aprobación a la búsqueda de experiencias novedosas y de aventuras. En este aspecto ejercen gran influencia los medios de comunicación masiva que tienen en el público juvenil su principal audiencia y a quien se dirigen con propuestas que resaltan el individualismo, la búsqueda del placer inmediato y de las emociones fuertes, la autosuficiencia en la toma de decisiones y la exacerbación de la actividad física desenfrenada.

Por ello, resulta difícil comprender el mundo del adolescente sin considerar el gran impacto que los medios de comunicación hacen en su vida. Los medios compiten con las familias, los amigos, las escuelas y las comunidades en su capacidad para moldear los intereses, actitudes y valores en los adolescentes.

Los medios de comunicación masiva, han pasado a ser no sólo poderosos vehículos de información, sino también instrumentos privilegiados para el conocimiento y la formación. Las nuevas generaciones, los adolescentes y jóvenes, tienden más fácilmente a “conectarse” a estos recursos, a situarse casi naturalmente con los géneros, formatos y modalidades creados por las nuevas tecnologías.

La irrupción de la era informática nos enfrenta a una nueva dimensión de la comunicación y el desarrollo en el contexto de los adolescentes. La creciente importancia de Internet en la vida adolescente la resume Crovi al afirmar que “la TV primero y ahora Internet son mediadores fundamentales en la construcción de identidades juveniles” (Crovi, 2000) (p. 3). Los jóvenes con acceso a Internet tienden a dedicar mayor tiempo a la interacción con la computadora que con la televisión, lo que plantea una nueva forma de relacionarse con los medios de comunicación modernos. Sin embargo, aún persiste la fuerte influencia de la TV en los adolescentes pertenecientes a aquellos sectores socioeconómicos sin capacidad para acceder a estas tecnologías.

Y es que en lo referente al área de la sexualidad, los medios de comunicación han dejado de mostrar que la sexualidad procede de la intimidad emocional y no simplemente de la intimidad sexual, en general, los medios muestran a la sexualidad como algo glamoroso, instintivo y lo que es más peligroso, libre de riesgos.

Desde esta perspectiva, es importante analizar el contenido de los mensajes que transmiten los medios de comunicación relacionados con la sexualidad y la salud sexual, y en especial de la televisión, puesto que esta es el medio de comunicación que tiene mayores índices de audiencia entre los adolescentes en comparación con el público adulto, “gran parte del consumo de entretenimiento se efectúa con el objetivo de alterar estados de ánimos, afectos, emociones, y además dichos efectos buscados y deseados ocurren con una regularidad nada despreciable” (Zillman y Bryant, 1996) (p. 94).

2.4 La televisión.

Uno de los medios de comunicación que se han desarrollado de forma acelerada, y de manera atractiva para la humanidad es, sin lugar a dudas, la televisión. Ningún otro medio, había permitido el acceso a tanta variedad de experiencias humanas, de países, de gentes y de situaciones. La televisión de acuerdo con Orozco (2001), se ha consolidado en nuestra sociedad como un medio de comunicación en el que el torrente de imágenes y sonidos cautivan al individuo y constituyen a la vez uno de los más sofisticados dispositivos de moldeamiento y reversión de sensibilidades; por ende de la formación de identidades.

“La televisión ha devenido en uno de los fenómenos más complejos, espectaculares (...), instituida no solo como el súper medio con mayor popularidad y penetración, su presencia versátil, incisiva, creciente y amplificada, constituye uno de los sofisticados modos de moldeamiento y reconversión de sensibilidades, y un “paradigma comunicacional”, todo un sistema audiovisual, educativo y cultural, que incide diferencialmente en los usos de tiempos y espacios de millones” (Orozco, 2001, p. 11).

A través de la visión de Orozco (2001), podemos entender que la televisión es un medio de comunicación que permea la vida de los seres humanos mediante un entramado de imágenes y sonidos que pueden representar e incidir en ellos, (en especial a los adolescentes que se encuentran en plena formación hacia la vida adulta), en panoramas educativos, culturales y sociales, lo cual lo convierte en un referente central en su vida.

Considerando que de acuerdo con los datos de la Encuesta Nacional de la Juventud 2000, el 75% de los jóvenes² hacen uso de los medios de comunicación como una forma de entretenimiento y de acceso a la cultura. Dedican un promedio mínimo de 2.55 horas diarias a ver televisión, es decir, es un referente por el cual los jóvenes se conforman una imagen de la realidad, en comparación por ejemplo, con el uso de los libros (Fernández y Ehrenfeld, 2000).

Es evidente pues, el importante papel que la televisión ejerce a la hora de entender el mundo que nos rodea, así como en la representación de modelos humanos y sociales que niños, niñas y adolescentes ven (Corominas 1999). El problema se agudiza cuando la televisión sustituye a los padres debido a sus obligaciones o negaciones, o con el hijo único

² La Encuesta Nacional de la Juventud (2000) entiende por jóvenes a la población entre los 12 y 29 años de edad, por lo cual se deduce que los adolescentes entran dentro de este rango de edades.

que en casa no tiene con quien jugar o hablar. En estas situaciones, la televisión se convierte para el niño o la niña o adolescente en uno de sus principales fuentes de información.

Montero (2006) menciona que la televisión tiene cuatro funciones sociales: la función de contar historias, la función barda, la función de construir ritos y la función de construir modelos. La primera función, de contar historias cercanas a la vida cotidiana, a la naturaleza oral del discurso televisivo y refleja la costumbre que tiene el ser humano de buscar emociones y de sentir al oír historias que se puedan relacionar con su experiencia vital. La segunda función barda consiste en convertirse en mediadora de lenguajes, en situarse en el centro de la cultura, en remitir a valores y símbolos que comparten los miembros de una determinada comunidad. En tercer lugar se encuentra la función de construir ritos que se asocia a las diferentes dinámicas sociales que produce la televisión como, por ejemplo, determinar la agenda de temas de interés u organizar las tareas rutinarias en función de programación televisiva. Finalmente la función de construir modelos se lleva a cabo mediante la captación, remodificación y proposición de valores, símbolos, rituales y formas de interacción convertidos en modelos que imitar.

2.5 La influencia de la televisión.

Existe una contradicción manifiesta entre la influencia de la televisión y sus efectos reales. Se tiende a considerar que lo que más influye de la televisión son los discursos, mientras que la televisión influye sobre todo desde los relatos. Se tiende a pensar que quien mira televisión es influido desde la razón, cuando en realidad quien mira televisión es influido primordialmente desde las emociones. Se cree que la televisión influye en aquellas comunicaciones humanas de las que se es consciente, mientras que los efectos principales de la televisión son inconscientes, inadvertidos. (Ferrés, 1996).

La influencia de la televisión no proviene tanto de su incidencia sobre la razón como de su apelación a la emotividad. No condiciona la libertad mediante la coerción física, sino mediante la seducción. Estos procesos no son percibidos porque son subliminales, aunque no por ellos los efectos son menos profundos.

Por definición, se considera subliminal cualquier estímulo que no es percibido de manera consciente por el ser humano por el motivo que sea: porque ha sido enmascarado o camuflajeado por el emisor (en este caso la televisión), porque es captado desde una actitud

de gran excitación emotiva por parte del receptor (en este caso el televidente), por desconocimiento de los códigos expresivos por parte del propio receptor, porque se produce una saturación de información o porque la comunicación del emisor es indirecta y es captada de una manera inadvertida³.

Existen cuatro factores que impiden alcanzar la lucidez en el análisis del ser humano frente al televisor: una concepción errónea del ser humano como ser libre, una concepción errónea del ser humano como ser racional, una concepción errónea del ser humano como ser consciente y, finalmente, una concepción errónea de la objetividad de la percepción humana. Se trata de factores que representan un impedimento por sus limitaciones y parcialidades. Los falsos mitos de la libertad, de la racionalidad, de la conciencia y de la percepción objetiva impiden tomar consciencia de la complejidad de la experiencia televisiva y, en consecuencia, del extraordinario poder socializador de la televisión⁴.

1. La concepción errónea del ser humano como ser libre.

De acuerdo con Joan Ferrés, por definición, la libertad del ser humano consiste en la posibilidad de que éste haga lo que quiera, lo que desee. En este sentido, la libertad de un ser humano sería coartada por la imposición o por la prohibición de hacer lo que se quiera, lo que se desee, valiéndose incluso de la violencia o la fuerza para obligar al ser humano a hacer lo que no se quiere que haga, o hacer lo que desea.

Sin embargo, sería un error creer que los seres humanos somos libres porque no existen impedimentos de violencia o de fuerza para la ejecución de nuestros deseos. La libertad humana no puede limitarse a la llamada libertad espontánea y física. Para que la libertad sea completa, debe incluir el poder de la elección, lo que se llama libre albedrío. Para que un ser humano sea verdaderamente libre es imprescindible que pueda y sepa elegir desde su interior lo mejor para sí mismo.

La libertad se mediría pues, por la capacidad de adoptar creencias y comportamientos autónomos, independientes, basados más en convicciones que en imitaciones, en la reflexión más que en el adoctrinamiento o en la emoción, en actitudes conscientes y autocríticas más que actitudes inconscientes.

³ Op. cit. pp.22

⁴ Op. cit. pp.22

La televisión ejerce una limitación a la libertad que proviene de la inducción más o menos inadvertida de deseos y temores. No puede hablarse de libertad cuando se le permite al ser humano hacer lo que desee, pero se le lleva a desear lo que interesa que desee. En esto consiste, en buena medida, la coacción psicológica que ejerce la televisión: en incidir sobre la voluntad mediante la modificación y canalización interesada de las emociones, los sentimientos, los deseos y los temores.

2. La concepción errónea del ser humano como ser racional.

La ciega adhesión a la frase, según la cual, el ser humano es un animal racional, impide, por su simplismo, tomar conciencia de la profundidad y complejidad de la naturaleza del ser humano y de la manera como la televisión incide sobre él. El ser humano razona de manera frecuente, pero con mayor frecuencia de lo que se piensa, actúa movido por los impulsos inconscientes y poco o nada racionales.

Uno de los mayores impedimentos para alcanzar lucidez en el análisis de los efectos de la televisión, es precisamente, la convicción de la absoluta racionalidad humana y, en consecuencia, el desconocimiento de los mecanismos emotivos no racionales mediante los que una persona es afectada por la televisión.

El mito de la racionalidad humana lleva a olvidar el carácter dual de la persona y sus contradicciones internas, que a menudo son, una consecuencia del conflicto entre la emoción y la razón, entre el pensamiento y el deseo. Desde el orgullo de la racionalidad se hace difícil la comprensión de la complejidad del psiquismo humano. Si la televisión influye desde fuera en las decisiones y creencias del ser humano, es porque no solo influye en el centro de las ideas, sino también, y sobre todo, desde las emociones y los sentimientos.

Cuando las emociones derivan en ideas, el proceso es siempre inconsciente. En este caso, a menudo las emociones conspiran contra lo racional, en el sentido de que no sólo no se ponen a su servicio, sino que exigen que sea la razón la que se ponga al suyo. Con frecuencia las ideas subyacentes a los impulsos emotivos quedan camuflados, enmascarados, encubiertos.

A lo largo de la historia de la humanidad, ha quedado demostrado que los seres humanos tiene emociones y sentimientos diferentes ante factores como la apariencia física, los colores de la piel y hasta en el sexo de las personas. Por ejemplo si se es una mujer atractiva ante una situación en la que necesita ayuda, es un hecho que alguien le ayudará

más fácilmente que si fuera mujer pero poco atractiva. Esta afirmación tiene una relación directa con los mecanismos de influencia de la televisión, porque hacen referencia a factores emotivos derivados de la apariencia externa, y la televisión es precisamente el reino de las emociones y las apariencias. Esto nos permite comprender hasta qué punto las valoraciones de los espectadores pueden estar condicionadas por factores emotivos y sensitivos, irracionales o, por lo menos no racionales, e inconscientes.

De igual manera, cuando en las decisiones humanas es la emoción la que domina, la necesidad de ser racional lleva al inconsciente a recurrir a una estrategia que los psicólogos conocen como racionalización. La racionalización es un mecanismo de defensa en el cual la persona busca argumentos lógicos que sirvan como justificación de las decisiones, cuando éstas ya están tomadas. En estos casos, las auténticas motivaciones son de carácter emotivo, instintivo. Lo que aparece como motivo en el proceso de racionalización no es el verdadero motivo que impele a la acción, es tan sólo una justificación con la única intención de devolver a la conciencia la tranquilidad de la apariencia de la racionalidad.

La racionalidad consiste entonces en dar falsas razones que encubran los auténticos motivos de la decisión, confiriéndole la apariencia de la razón. Como interpretación justificativa de la propia conducta, la racionalización pretendería encontrar un punto de coherencia entre el propio comportamiento y las expectativas sociales. Puede ser también una forma de autoengaño para mantener íntegra la autoestima. Los procesos de racionalización también son inconscientes. El ser humano vive con la ingenua ilusión de que se está comportando de manera racional. Los procesos de racionalización demuestran que con frecuencia la persona prefiere tener razón que usarla de verdad, siempre puede hallarse una justificación aparentemente lógica para cualquier tipo de comportamiento.

Las consideraciones que acabamos de exponer son de vital importancia cuando se abordan los efectos de la televisión en el ser humano, cuando por su influencia, intencional o no, consciente o inconsciente, se ejerce desde la esfera de la emotividad. Es desde la emotividad como la televisión puede condicionar la libertad humana. Es desde la emotiva como se puede burlar la racionalidad, es desde la emoción como se incide en el inconsciente.

3. La concepción errónea del ser humano como ser consciente.

La conciencia puede ser definida como el estado cognitivo no-abstracto que permite la interacción, interpretación y asociación con los estímulos externos denominados realidad. La conciencia requiere del uso de los sentidos como medio de conectividad entre los estímulos externos y sus asociaciones.

El inconsciente está constituido por todo aquellos deseos, impulsos o tendencias del psiquismo del individuo que no están al alcance del pensamiento consciente y que, no obstante, producen efectos a este nivel.

El inconsciente adquiere una especial relevancia cuando se afronta el análisis de los medios de comunicación porque una gran parte de los mensajes que se emiten desde la industria de la información, del entretenimiento y de la persuasión inciden directamente sobre las zonas menos conscientes de la personalidad humana. La influencia que ejerce la televisión es mayor aún de lo que se piensa, precisamente porque se ejerce de manera inadvertida, inconsciente. Cuanto menor es el conocimiento sobre los mecanismos de persuasión y seducción del medio, cuanto mayor es la convicción de que uno mantiene el control sobre el medio, menos inmune se está a sus influencias inadvertidas.

Es fácil que una persona sea consciente de lo que se interpone entre sus deseos y sus actuaciones y, en cambio, es difícil que sea consciente del grado de dependencia o de condicionamiento que puede haber en las motivaciones que sustentan sus deseos. La conciencia es, condición indispensable para la libertad. No basta con conocer los deseos que impulsan a la acción. Sólo si la persona es consciente de los motivos que le producen a actuar podrá ser libre en sus creencias, decisiones y actuaciones.

4. La concepción errónea de la objetividad de la percepción humana.

Los mitos de la libertad, de la racionalidad y de la conciencia en la influencia de la televisión en el ser humano pone de manifiesto la subjetividad de la percepción humana. En la vida cotidiana se tiende a considerar que lo que uno percibe es auténtico, olvidando una vez más la complejidad del psiquismo humano.

Aunque abordaremos de manera más detallada el concepto de percepción para la presente investigación, para este apartado resulta necesario definirla como selección y organización que hace un ser humano de la información que le proporciona el medio

ambiente en el que vive. Sin embargo, una persona no puede procesar conscientemente todos los estímulos que recibe, así que selecciona lo que le interesa a nivel consciente e inconsciente. Es decir, las percepciones humanas están condicionadas tanto por los patrones culturales como por tendencias personales derivadas de sus sentimientos, temores y deseos.

En este sentido, si la experiencia televisiva está condicionada por los patrones culturales y emotivos del receptor, es decir, por los conocimientos y los sentimientos que ha acumulado de sus experiencias vitales anteriores, del mismo modo los conocimientos adquiridos y las experiencias vividas ante el televisor le proveerán de nuevos esquemas o modelos mediante los que ordenará sus futuras interpretaciones de la realidad. Si la percepción está condicionada por los sistemas de conocimiento y por los valores emotivos asumidos previamente, cualquier modificación en los conocimientos y en las emociones afectará a las futuras percepciones.

Este hecho cobra una notable importancia cuando la televisión proporciona primeras informaciones o reelaboraciones sobre un tema, en este caso a los adolescentes respecto a la sexualidad. Si modifica la percepción de la realidad sobre la sexualidad al adolescente, es una seguridad que también lo hará en su comportamiento.

La influencia de la televisión se manifiesta pues, por su acción en el proceso de construcción y de reelaboración de los esquemas desde los que se interpreta la realidad. Se cierra así un círculo que va del deseo a la percepción, de la percepción al deseo y de este a la libertad.

2.6 Los contenidos televisivos.

Hasta el momento ha sido descrito, cómo las imágenes y relatos que se dan a través de la televisión, transmiten conocimientos, valores, etc., principalmente por vías emotivas, impactantes y de identificación con el espectador. Este hecho es evidente en todos los contenidos que transmite la televisión.

Existe una tendencia a considerar que lo que más influye de la televisión son los discursos o relatos que ahí se dan, otra tendencia indica que son las imágenes o escenas las que más influyen, lo cierto es que ambas tienen un grado de influencia, y por ello, en la presente investigación considerará ambas influencias y se denominará contenidos televisivos.

Es por ello que resulta de suma importancia destacar los contenidos televisivos a los que están expuestos adolescentes mexicanos de acuerdo con estudios definitorios de programación y de rating y mercadeo de las dos principales televisoras abiertas en México (Televisa y Tv Azteca):

- Programas de revista: Contienen diferentes secciones dirigidas a público de todas las edades, pero principalmente a mujeres amas de casa: espectáculos, noticias, belleza, deportes, sexualidad, horóscopos, cocina, manualidades, etc., cuyo interés principal es el entretenimiento.
- Telenovelas: Desde su creación, han ocupado los primeros lugares de audiencia en los diferentes canales de televisión ya que su contenido es diverso: drama, comedia, situaciones y conflictos de actualidad en temas como drogadicción, sexualidad etc.
- Series: Se trata de películas hechas en varios capítulos para la televisión. Un éxito especial de este género han sido los dedicados a los adolescentes y jóvenes y van acompañados de una industria paralela de consumo de objetos. Su contenido por lo general muestra un modelo único de sociedad y la exclusión de lo diverso.
- Películas: Se categorizan de acuerdo a su género: terror, comedia, romance, suspenso, acción, drama e infantiles, y de acuerdo a su género es el contenido del cual se tratan y el tipo de audiencia que puede verlas. En la televisión abierta de México ocupa un lugar privilegiado su transmisión ya que tienen altos niveles de audiencia.
- Dibujos animados o caricaturas: Los dibujos animados han pasado por una profunda transformación, en antaño, estos eran pensados y creados para mostrar lo mejor de la vida, con una moral conservadora. En la actualidad, esto ha cambiado de manera radical, sobre todo con la entrada al mercado de dibujos animados japoneses y norteamericanos en los que la realidad violenta entre el bien y el mal, lo bueno y lo malo predominan.
- Noticiarios o informativos: El objetivo de estos programas es “informar” a una gran cantidad de la población sobre los principales acontecimientos que le afectan o que pueden despertar su interés. Sin embargo, estas informaciones no escapan a la

mediación de personas, tecnologías y empresas que dominan el mercado de la televisión. En este aspecto destacan los informativos nocturnos, porque los espectadores han terminado sus labores del día y no están precisamente para grandes análisis críticos.

- Documentales: Son de diversas temáticas y retratan desde todos sus ángulos las temáticas que describen y desarrollan, por ejemplo: funcionamiento del cuerpo humano, vida de animales, el ciclo del agua, el funcionamiento de un hospital, catástrofes naturales, etc.
- Publicidad o comerciales: Su objetivo principal es que quien los vea tenga una actitud positiva de compra hacia determinados productos, no pretende decirnos en qué consiste un producto u otro, ni explicar o describirlos, sino generar en quien los vea una fuerza inconsciente que influya en la imaginación y decisión de tal manera que el producto (y también la actitud que para ellos se muestra) se haga necesario. Otro aspecto importante de la publicidad es el éxito en lo referente a la sexualidad, ya sea como gratificación, admiración o triunfo. Normalmente la mayor connotación sexual va dedicado al hombre, vendiendo una visión machista, relegando a la mujer a una situación de segundo lugar que limita el éxito sexual conseguido por el hombre con el producto anunciado.
- Musicales: Se trata de contenidos dirigidos hacia la música en sus diversos géneros y puede tratar de videos musicales de canciones, entrevistas de cantantes, conteos de las canciones más escuchadas, o premiaciones a lo mejor de la música.
- De concurso: Se trata de programas en los que las personas se someten a diversos cuestionamientos de conocimiento o físicos para ganar premios en efectivo o en especie que les benefician.

2.6.1 Los contenidos sexuales que presenta la televisión.

A pesar de una búsqueda exhaustiva de estudios mexicanos que reflejen a qué tanto contenido sexual televisivo están expuestos los adolescentes, no se encontró investigación alguna que respondiera lo anterior, sólo se encontraron investigaciones que han tocado de

forma muy variada la carga sexual de la publicidad en el televisión, pero estos estudios no abarcan todos los contenidos y programación que presenta la televisión mexicana.

En el ámbito español sí ha sido analizado otro tipo de programación que no es publicitaria, en este caso las series y telenovelas. Se trata de un estudio base propuesto por Crespo (2005) sobre el contenido sexual en televisión. En él se estudia la naturaleza y cantidad de sexo (en diferentes connotaciones) a los que están expuestos los adolescentes españoles cuando ven sus programas de televisión favorita, y el estudio tiene una gran afinidad con lo que sucede en la televisión mexicana actualmente.

La revisión de Crespo (2005, pp.192) con base en su estudio y a otros estudios disponibles en Europa revelan las siguientes tendencias acerca de la cantidad y de los tipos de contenidos sexuales difundidos por la televisión:

1. Se observa un incremento en el número total de referencias a actos sexuales, incluida la prostitución y la homosexualidad.
2. De igual forma hay un incremento en las referencias verbales e implícitas en el contexto a relaciones sexuales completas.
3. Presencia consistente de la presentación de sexo prematrimonial y de infidelidad matrimonial, con la mayoría de las actividades sexuales ocurriendo entre personas no casadas entre sí, frente a las ocurridas entre marido y mujer.
4. Presentación del sexo generalmente de una manera sugestiva, con un incremento de los comportamientos de coqueteo y de las insinuaciones verbales.
5. En televisión abierta, escasez de presentaciones visuales de los comportamientos sexuales más íntimos; menos de 1 de cada 10 incidentes de actos sexuales completos tiene algún componente visual del acto completo.
6. Los besos y las caricias eróticas son los únicos actos sexuales que se hacen visuales para los espectadores.
7. Hablar de sexo es más frecuente que participar en él. En la mayoría de los casos, las conversaciones consisten en sueños o fantasías o bien rechazo a la actividad sexual.
8. Las enfermedades de transmisión sexual, los métodos anticonceptivos y el aborto son raramente mencionados en su dimensión y consecuencias.
9. Generalmente el sexo es tratado dentro de un marco de humor, pero se observa un incremento considerable en programas de formato dramático.

10. Los estereotipos relativos a los papeles sexuales están tratados en televisión. Las mujeres tienden a actuar seductoramente y a recibir insinuaciones verbales de los hombres. Además se encontraron indicios de una tendencia que presenta a las mujeres como iniciadores de la actividad sexual tan a menudo como los hombres.
11. Las edades de los participantes en los actos sexuales están entre los 20 y 30 años y hay una tendencia a que las mujeres sean incluso más jóvenes.

Estos son los principales patrones de comportamiento, temas predominantes, personajes y relaciones que la televisión ofrece a los adolescentes para su potencial adopción. La cuestión es si la exposición a estos sistemas de contenido cultiva en el adolescente algún tipo de expectativas personales y percepciones sobre su desarrollo sexual, si produce efectos en sus opiniones, gustos, creencias, valores o incluso en sus comportamientos sexuales y cómo ocurre este proceso.

2.7 El proceso por el cual los adolescentes aprenden de los contenidos sexuales presentados en televisión: la teoría del aprendizaje social.

Para poder explicar el impacto de los contenidos sexuales en los adolescentes es necesario entender cómo es el proceso por el cual aprenden de los contenidos sexuales en televisión y se forman una percepción de estos. Y la perspectiva teórica que sustentará esta explicación es “La teoría del aprendizaje social” de Bandura (1987).

Desde la perspectiva de la teoría del aprendizaje social, las influencias de los modelos observados en la televisión producirían aprendizajes en el adolescente por su función informativa. Cuando los adolescentes se exponen al contenido televisivo, observan y adquieren representaciones simbólicas de las actividades efectuadas por los modelos, estas representaciones les sirven como guía para efectuar acciones propias. Según esta conceptualización, el aprendizaje por observación estaría dirigido por cuatro procesos que lo componen⁵:

- 1) Proceso de atención: Los adolescentes no pueden aprender por observación si no atienden los rasgos significativos de la conducta que les sirve de modelo. Los procesos de atención determinan cuáles se seleccionan de entre los muchos modelos posibles y qué aspectos se extraen de esos ejemplos. La cantidad de experiencias observacionales, así como el tipo de éstas, están regulados por varios

⁵ Op. Cit.

factores: algunos de ellos se refieren a las características de los observadores, otros a los rasgos de las propias actividades del observado y finalmente, otros se refieren a la organización estructural de las interacciones humanas.

Las asociaciones tienen una importancia fundamental en la atención. Los adolescentes tienden a asociarse por sentir afinidad o gusto a ciertos tipos de conducta o discursos que muestra la televisión; lo observan más y lo aprenden. Los modelos televisados son tan eficaces para atraer la atención que quien lo observa aprende mucho de ellos sin necesidad de incentivos especiales.

La naturaleza de las conductas que sirven de modelo son determinantes del nivel de aprendizaje por observación. A partir de sus experiencias previas y de las exigencias de la situación, los adolescentes desarrollan ciertas disposiciones perceptivas que condicionan los rasgos que extraen de sus observaciones y de la forma de interpretar lo que ven y oyen.

- 2) Proceso de retención: El segundo proceso que interviene en el aprendizaje por observación consiste en la retención de las actividades que han servido de modelo en un determinado momento. Estas retenciones son formas simbólicas que se quedan en la memoria. Por medio de las formas simbólicas, las experiencias transitorias del modelo pueden mantenerse en la memoria a largo plazo.

El aprendizaje por observación se basa principalmente en dos sistemas de representación: la representación mediante imágenes y la verbal, ambas son consideradas como contenido televisivo. Algunos contenidos televisivos son retenidos por los adolescentes en forma de imágenes que son duraderas y recuperables en cualquier momento. Lo mismo ocurre con las codificaciones verbales (o discursos) que se dan en los contenidos televisivos. La mayoría de los procesos cognoscitivos que regulan el aprendizaje son verbales porque permiten el almacenamiento de una gran cantidad de información.

- 3) Proceso de reproducción motora: El tercer componente del modelado consiste en la conversión de las representaciones simbólicas del modelado en acciones propias. La reproducción comportamental se logra cuando se organizan cognoscitivamente las respuestas, luego se inician, se comprueban y perfeccionan sirviendo de retroalimentación de carácter informativo.

- 4) Proceso motivacional: El último proceso habla de las motivaciones del adolescente para elegir adoptar cierto modelado o no. Esta propensión dependerá del grado de interés que tiene el adolescente hacia las manifestaciones del modelado: éste será mayor cuando lo que le deja de información le sea útil a su vida diaria, y menor cuando no ocurra así.

De acuerdo con esta perspectiva, los adolescentes no sólo aprenden nuevas formas de actuar a través de la observación de los comportamientos exhibidos en televisión, sino que a través de estos modelos vicarios también aprenden actitudes, valores, juicios morales, se hacen opiniones, tienen ciertas preferencias, con lo cuál se hacen de ciertas percepciones acerca de si mismos y de su medio (DeFleur y Ball-Rokeach, 1989).

A falta de experiencias reales, los adolescentes aprenden sobre sexualidad observando los comportamientos de otros, evitando así el proceso tedioso y a veces peligroso de ensayo y error. Además a falta de otras fuentes de información sobre cómo evaluar diferentes comportamientos sexuales, los adolescentes adoptan los juicios morales y las sanciones sociales que observan en los contenidos televisivos para formar sus propias opiniones, gustos, actitudes y expectativas sobre el sexo en la vida real. A través del modelaje abstracto o modelaje simbólicos (reproducción de patrones de pensamiento), que ofrecen los contenidos de la televisión, ésta influye en el desarrollo de las percepciones sexuales de los adolescentes que los hacen presentar determinadas conductas como aceptables o reprobables, y mostrando las justificaciones o sanciones aplicadas a dichas conductas.

En cuanto a sí el contenido sexual tiene algún efecto en los adolescentes, existen estudios que han encontrado evidencias de qué en las sociedades modernas la principal fuente de aprendizaje observacional para los adolescentes son los medios de comunicación, muy especialmente la televisión. Según estos estudios cuando se les pregunta de qué forma aprenden sobre las actividades sexuales, la concepción, los métodos anticonceptivos, o las normas de comportamiento para salir con una persona del sexo opuesto, los adolescentes sitúan a la televisión como una de las fuentes de información más importantes, por encima incluso de los padres, amigos y la escuela. Roberts, (citado en Crespo, 2005, p. 195).

Así pues, de acuerdo a lo anterior, la televisión cumpliría un papel fundamental en el aprendizaje por observación de los modelos sobre sexualidad que expone. Las consecuencias de lo observado, por ejemplo, en la publicidad, filmes, series, telenovelas y

noticiarios actuarían como elementos motivadores incentivando y legitimando unos tipos de comportamiento y percepciones sexuales en el adolescente, y anticiparían consecuencias negativas para otros. (Ferrés, 1996, pp.63)

2.8 La percepción del adolescente sobre los contenidos sexuales que le presenta la televisión.

Cuando se investiga el fenómeno que representa la televisión, se oscila entre la catástrofe de los que la consideran la causante de todos los males individuales y sociales, y la ingenua aceptación de los que la consideran un hito histórico en lo individual, social y cultural, o simplemente una diversión gratuita e ideológicamente neutra. Tanto los unos como los otros suelen poner de manifiesto en sus discursos una buena dosis de parcialidad y de miopía. En todos estos casos se caen en actitudes reduccionistas, que impiden un análisis del medio en su complejidad y ambivalencia (Ferrés, 1996).

“Existe una notable falta de coincidencia acerca del modo en que se define el término percepción y las maneras adecuadas de investigarlo. La discrepancia acerca de su uso, asumió una fundamental importancia en el análisis de los efectos de la experiencia pasada de la motivación sobre la percepción. Así, se realizaron reiterados intentos por descartar las demostraciones experimentales del aprendizaje perceptual, aduciendo que no se vinculan con la percepción como tal, sino más bien con el juicio, la inferencia y la opinión” (Postman, 1974, p.27,28.).

En general, por el término percibir entendemos algo de índole privada, algo limitado al perceptor. En su sentido usual el término percepción se aplica a aquel hecho hipotético, directamente informado (sí lo es) sólo por el sujeto mismo; aquel hecho que puede o no modificar cierta conducta observable por otros. Por ello las categorías de respuesta otorgadas al sujeto no deben ser restringidas.

En un sentido estricto de la palabra, Forgas y Relamed, (1989) definen la percepción como el proceso mental de un sujeto, por el cual convierte sus sensaciones organizándolas en experiencias significativas, tal proceso es conocido directamente sólo por quien lo realiza, e indirectamente puede ser conocido por los demás. Las sensaciones procedentes de los receptores especializados (el ojo, el oído, el gusto, el tacto y el olfato) son elaboradas en la corteza cerebral que las transforma en aprendizajes significativos, así la percepción es un

proceso que implica varias operaciones mentales como discriminar, asociar y clasificar. Si bien, la percepción posee algunas características innatas para el ser humano, se ve mayormente regida por los estímulos del medio ambiente, en este caso concreto, de los contenidos sexuales en la televisión que ven los adolescentes.

La percepción es pues, el proceso de extracción de información del medio que realiza un ser humano con fines de crearse un aprendizaje significativo de esta información que extrae del medio, lo cual le permite a su vez adaptarse al mismo medio. La percepción implica procesos cognitivos complejos como la memoria y el pensamiento.

Otro elemento que conforma la investigación de la percepción es que, está condicionada no sólo por esquemas del individuo y de la cultura en la que se encuentra inmerso, sino también por los esquemas emocionales, es decir, las emociones condicionan las percepciones.

En este sentido, si la experiencia televisiva está condicionada por los patrones culturales y emotivos del perceptor, es decir, por los conocimientos y sentimientos que ha acumulado en sus experiencias vitales, del mismo modo, los conocimientos adquiridos y las experiencias vividas ante el televisor le proveerán de diferentes esquemas o modelos mediante los que ordenará sus futuras interpretaciones de la realidad.

La percepción televisiva referente a lo sexual por parte del adolescente se ve impedida de medirse en su dimensión exacta por la convicción absoluta de la razón de los seres humanos, por el desconocimiento de los mecanismos emotivos, con frecuencia irracionales o por lo menos no racionales mediante los que el adolescente es afectado por la televisión. En lo que atañe al psiquismo adolescente, el error consiste en pensar que las convicciones y decisiones sean del orden que sean están siempre basadas en la racionalidad, en la lógica, como olvidando que el psiquismo incluye también sensaciones, sentimientos y emociones. El adolescente actúa mucho menos de lo que cree movido por sus convicciones, sus ideas y sus principios, y mucho más de lo que piensa movido por los sentimientos, deseos y emociones, que en este caso le produce la televisión (Férres, 1996).

Para la presente investigación la percepción, como proceso de extracción de información que forma aprendizajes significativos en el adolescente, resultará muy importante, ya que ayudará a analizar el panorama de los adolescentes mexicanos con respecto a los contenidos sexuales que se presentan en televisión, esta percepción será

constituida por las preferencias televisivas en cuanto a contenidos de los adolescentes mexicanos, el porqué de ellas y la opinión que de los contenidos sexuales que se presentan en la televisión tienen ellos.

2.9 Investigaciones sobre adolescentes, su sexualidad y la televisión.

Después de haber dado una visión general sobre los conceptos que configuran la presente investigación, se hace necesaria también, la exploración del estado que guarda investigaciones realizadas con anterioridad acerca de adolescentes, su sexualidad y la televisión.

En países europeos como Francia e Inglaterra, se han realizado numerosas investigaciones centradas en series televisivas concretas (transmitidas en esos países y con grandes niveles de audiencia), y el impacto de éstas en la niñez, adolescencia y juventud que las ve. Destaca el estudio de recepción llevada a cabo por el director del Centre for the Study of Children, Youth and Media Británico, David Buchingham, sobre la serie East Enders, que sin tratarse propiamente de una serie dirigida a los adolescentes, incluía un buen número de personajes adolescentes y obtuvo un éxito sin precedentes entre este público reflejado en el ámbito mercadotécnico y por supuesto de audiencia. El objetivo de investigación fue saber por qué elegían ver este programa y si se sentían identificados con los personajes y el motivo por el cuál esto ocurría. (Montero 2006).

En el ámbito español, destaca la reciente investigación de Montero (2006) llamada “Al salir de clase”, se trata de un estudio empírico basado en una serie del mismo nombre transmitida en España. La hipótesis de investigación fue: si los adolescentes encuentran en “Al salir de clases” un modo de reconocer y resolver situaciones y problemas propios, ya sean reales o imaginados, y si sienten a los personajes como gente que conocen, se puede producir algún tipo de socialización en la construcción de valores, normas, opiniones y actitudes, y los personajes pueden actuar de modo de modelos cuyo ejemplo cabe emular. Para poder comprobar esta hipótesis la investigadora procedió a elaborar cuestionarios en los cuales primero indagaba la afinidad de su población (entre los 14 y 16 años escogidos de forma aleatoria y de diferentes colegios) con la serie, y posteriormente media la construcción de valores, normas, opiniones y actitudes basados en hechos concretos de los personajes de la mencionada serie, preguntándoles a los adolescentes que les parecía el hecho, si lo aprobaban o desaprobaban, y que harían ellos ante tal situación, su análisis fue descriptivo e

interpretativo, encontrando que en efecto esta serie era un parámetro de peso para la construcción de valores, normas, opiniones y actitudes de adolescentes españoles.

Hablando del continente Americano, destaca la investigación “Medios de comunicación, la voz de los adolescentes” (Collignon G., M., M., y cols., 2003), que se realizó en América Latina, en la cual participaron once países (Argentina, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela).

El objetivo general de esa investigación fue caracterizar el rol de los medios de comunicación en la cotidianidad de los adolescentes en América Latina, particularmente en el ámbito de la salud y sexualidad.

La investigación pretende acercarse a la realidad de los adolescentes y a su relación con sus medios de comunicación, en el contexto de la información relacionada con temas de salud y sexualidad. Se plantearon variables en el estudio con el objeto de conocer la relación que se establece entre adolescentes y medios de comunicación en el contexto de temas relacionados con salud pública y salud sexual del adolescente

Trabajaron con una muestra de 48 grupos de jóvenes cuyas edades oscilaban entre los 12 y 19 años de edad.

A estos grupos se les repartió una guía que contenía preguntas abiertas de los siguientes temas:

1. Identificación de medios con los que se relacionan los adolescentes
2. Contenidos a los que se exponen
3. Lugares, modalidades y tiempos en el que los adolescentes se relacionan con los medios
4. Rol de los medios en la cotidianidad de los adolescentes
5. Medios con los que conviven
6. Uso simultáneo de medios
7. Conocimiento y actitudes sobre salud, sexualidad y VIH/SIDA

8. Temáticas de salud que los adolescentes encuentran en los medios

9. Significación de los medios sobre temas de salud

10. Credibilidad en los medios y constatación con otras fuentes

Posteriormente se cerraron las preguntas y se hicieron correcciones lingüísticas adaptativas a las preguntas. Después se determinó la eliminación de algunas preguntas.

El instrumento final constó de 120 reactivos de forma cerrada, que abarcan los temas ya mencionados. Los márgenes de validez y confiabilidad, no están descritos en la investigación.

Los resultados de la investigación, mostraron claramente que los medios de comunicación se han incorporado a la vida cotidiana de los adolescentes latinoamericanos. El nivel de acceso a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías es mediado por el nivel socioeconómico de los adolescentes y sus familias, así como del contexto escolar, laboral y social en el que se encuentran inmersos. El conocimiento mostrado por parte de los adolescentes sobre la existencia y función de los medios de comunicación en su mundo y el papel que juegan en la configuración del mundo actual, es de fuerte significación; sin embargo, aunque los jóvenes muestran un conocimiento alto de los medios, no son necesariamente altos los niveles de acceso a ellos. Asimismo, es importante mencionar que el discurso de los adolescentes mostró que existe un desigual acceso a la diversidad de medios de comunicación. Mientras que de manera contundente la televisión y la radio son los medios a los que tienen mayor acceso los adolescentes participantes en el estudio, los medios escritos e Internet ocupan un distante tercer lugar, debido, en gran parte, a la carencia de fuertes hábitos de lectura entre los adolescentes y al costo de instalación y uso, respectivamente.

Refiriéndonos ya a nuestro país, una de las investigaciones encontradas es la realizada en el Estado de Mérida Yucatán, tiene por nombre “Influencia de la publicidad en el comportamiento sexual de los jóvenes de Mérida Yucatán”. Su propósito principal fue dar pie a un posible proceso de control de las relaciones sexuales prematrimoniales. El objetivo fue exponer de una manera sencilla, clara y objetiva una de las causas que inducen al fenómeno de libertinaje sexual: la publicidad.

La pregunta de investigación fue: ¿Influye la publicidad en el comportamiento sexual en los jóvenes de Mérida, Yucatán?. La hipótesis de estudio fue: Existe una relación directa de la publicidad con el aumento en las relaciones sexuales prematrimoniales en los adolescentes de Mérida.

Los sujetos con los que trabajaron fueron adolescentes, estudiantes de las preparatorias 1 y 2 de la UADY, ya que son las principales escuelas preparatorias de la ciudad y en las cuales encontraron una población representativa de la ciudad, y así encontrar la situación más general y común en la ciudad Mérida, para demostrar en qué medida los medios de comunicación, por medio de la publicidad (utilizándola como su mejor herramienta) influyen en los adolescentes en su manera de comportarse y en algunas ocasiones, en su manera de pensar.

El instrumento de medición que utilizaron fue una encuesta con preguntas sencillas y directas. Constó de 20 reactivos desarrollados en opción múltiple de tipo cerrado.

El procedimiento fue: primero se aplicó la prueba piloto a estudiantes de la facultad, para comprobar la eficacia del instrumento. Ya comprobada la eficacia del mismo, se aplicaron las encuestas al grupo de individuos que se había seleccionado como muestra al azar y de una manera anónima, para no perder objetividad. Las encuestas fueron aplicadas en las preparatorias 1 y 2 a alumnos escogidos al azar y de manera aleatoria tanto en hombres como en mujeres. La información recolectada fue registrada en un concentrado de resultados, cuantificada, comparada y analizada a detalle, para descubrir sus relaciones con las variables estudiadas, y poder llegar con esto a una conclusión, y a una afirmación o negación de las hipótesis a prueba.

Las conclusiones a las que llegaron, después de analizar los resultados arrojados por las encuestas, fueron que los adolescentes, independientemente de su sexo, están en contacto directo con la televisión y sus anuncios publicitarios. Se ha logrado comprobar también que los adolescentes están conscientes de que la publicidad los afecta directamente de manera individual y de manera colectiva. Se observa también que los sujetos de estudio le prestan más atención a las situaciones de los comerciales, prefiriendo los de temas divertidos y eróticos, aumentando su interés si en éstos aparecen actores que resulten físicamente atractivos.

La mayoría de los encuestados admite haber visto situaciones sexuales en la publicidad, sobre todo en los horarios nocturnos, con lo que queda demostrado que, en efecto, en la publicidad se utilizan deliberadamente imágenes eróticas, las cuales son una de las principales herramientas que utilizan los grandes consorcios para mejorar la aceptación de sus productos. También opinan que el cambio en la publicidad, con respecto al contenido de los mensajes sexuales implícitos en ella, ha sido drástico en un intervalo de 5 años hasta la fecha.

Es relevante el hecho de que la mayoría de los adolescentes no consideran al matrimonio un requisito para poder tener relaciones sexuales, y que alrededor de la mitad de los mismos admite que en el caso de que se les presentara la oportunidad de hacerlo, las tendría; la otra mitad, en cambio, no está segura de si las tendría o no. Es de capital importancia el hecho de que para los adolescentes, la restricción o aprobación por parte de los padres para tener relaciones sexuales, podría ser un factor lo suficientemente importante como para determinar la decisión que adopten los jóvenes.

El último dato que arrojan los resultados se refiere a las razones que los jóvenes piensan son las más importantes para llevarlos a tener relaciones sexuales. Según ellos, son muy variadas las causas que los podrían inducir a esa conducta, y que incluso, podrían ser dos o más factores los que intervengan para tener relaciones sexuales prematrimoniales. El orden de importancia que le dieron a los distintos factores que pudrían influenciarlos hacia dicha conducta es el siguiente, mencionando primero el de mayor relevancia: curiosidad, influencia de amigos y falta de información y un algo que podría contradecir el objeto de la investigación es que los jóvenes no consideran a la televisión como una influencia para inducirlos a tener relaciones sexuales.

Otra investigación mexicana fue la realizada en el Estado de Tamaulipas titulada "Audiencias jóvenes y prácticas sexuales" Coronado R., E., A., (2005). El objetivo general de la investigación fue explorar la interacción de los jóvenes con los contenidos sexuales y eróticos transmitidos por televisión y el uso que de esta información hacen para configurar sus prácticas sexuales.

La pregunta de investigación es ¿Cómo constituyen sus prácticas sexuales los jóvenes a partir de su interacción con la televisión? Su hipótesis de investigación es: Los

jóvenes ven a la televisión como un referente cultural a partir del cual pueden adquirir información que les ayude a definir sus prácticas sexuales.

El enfoque utilizado fue cualitativo con un trabajo de campo. Para abordar el tema se realizó un cuestionario a través del cual se obtuvo información personal, además de conocer de manera individual la percepción que de los contenidos sexuales y eróticos tienen y si estos son apropiados e incluidos de alguna manera para construir sus prácticas sexuales.

Otra de las técnicas que se manejó fue un taller titulado “A futuro” considerando la modalidad de grupo de discusión, herramienta que permitió obtener un conocimiento aproximativo de la realidad social que se pretende investigar. También se recurrió a una entrevista para captar tanto los aportes individuales como los colectivos.

Los sujetos de investigación fueron jóvenes con un rango de edad entre los 15 y los 19 años. Se trabajó con 16 jóvenes, a los que se les aplicó una entrevista en la que se obtuvieron datos básicos, entre los que figura el programa que es más visto por ellos. Para el taller “A futuro” los jóvenes se distribuyeron en dos grupos mixtos.

El trabajo de campo se inició después de tener contacto con los sujetos de investigación, realizando el cuestionario a profundidad de manera individual, con el objetivo de obtener un conocimiento más profundo del joven, sus datos generales, sus preferencias en diversos aspectos, sus valores y metas, así como su interacción con la televisión y lo que de ella se apropian, buscando que la información que se obtuviera de cada sujeto aportara a la elaboración de la investigación.

Posteriormente se hizo el análisis de datos, llegando a la conclusión de que los jóvenes definen a la sexualidad en la televisión como escenas en las que se presentan de manera “sutil” a los personajes besándose o abrazándose, contenidos en los que las cámaras y los encuadres hacen posible el uso de la imaginación por parte de las audiencias, es decir, que lo que es considerado sexualidad en televisión son aquellas imágenes en las que se puede ver que los personajes tiran sus ropas, se entrecruzan piernas, los personajes se besan y posteriormente la cámara enfoca la pared, la lámpara o el piso, es indistinto, el caso es no enfocar el acto sexual, es decir que el cuerpo sexuado se parcela y segmenta, representando un señuelo para atraer la atención de los jóvenes, conformando así lo que ellos llaman la sexualidad presentada a través del énfasis en el cuerpo humano, lo que

posibilita nuevas formas de interacción con situaciones cuya visibilidad y visualidad era restringida.

Las prácticas sexuales son configuradas a través de la información a la que los jóvenes tienen acceso, la cual es reestructurada y apropiada por los jóvenes de acuerdo a sus diversos mundos de vida. Por otra parte, las nuevas tecnologías de información hacen posible el acceso a una infinidad de contenidos, a torrentes que desbordan los saberes tradicionales. Este es el caso de la sexualidad, un saber al que los jóvenes acceden a través de los medios de comunicación, específicamente a través de los contenidos televisivos.

Los jóvenes manifiestan que la televisión les proporciona información, modelos y estereotipos que de alguna manera pueden contribuir a la información con la que negocian para configurar sus prácticas, para conformarse como jóvenes y como personas.

Por último se encuentra la investigación que antecede y da nombre a la presente, titulada “La familia como principal influencia en la educación sexual del adolescente de secundaria”, realizada en la Universidad Pedagógica Nacional por alumnas de la carrera de Psicología Educativa: Lima, Mayén, Salinas y Sánchez. La pregunta de investigación era ¿La familia es la principal fuente de información sobre sexualidad del adolescente?, el objetivo fue conocer qué tanto los adolescentes de educación secundaria sabían de sexualidad y quién aportaba dicha información. La investigación se llevó a cabo en la Escuela Secundaria Técnica No. 97 “Bernardo Quintana Arrijoja” Turno Vespertino, ubicada en la Delegación Iztapalapa.

Antes de aplicar el instrumento final se realizaron dos piloteos cuyo fin era obtener la confiabilidad de dicho instrumento. En el primer piloteo se aplicó un cuestionario de trece preguntas de manera abierta, a una muestra de alumnos (tres hombres y tres mujeres de cada grado escolar), los cuales fueron proporcionados al azar por el personal de la institución. Una vez aplicado el cuestionario, se dio paso al análisis de la información obtenida, determinando con ello la modificación del mismo, lo cual consistió en intercambiar un instrumento abierto por uno que contuviera preguntas cerradas que se formularon a través de las diferentes respuestas proporcionadas por los estudiantes.

El segundo piloteo fue hecho con una muestra de dieciocho personas (tres hombres y tres mujeres de cada grado escolar), los cuales fueron proporcionados al azar por el personal. Después de la aplicación se llevó a cabo el análisis de los resultados mediante un

programa estadístico conocido como "ITEMAN", el cual trabaja identificando la validez y confiabilidad de cada pregunta con su respuesta, determinando con ello el grado de dificultad de cada una de ellas, el programa sugirió que se agregara una cuarta opción como posible respuesta. Por lo tanto sólo se procedió a agregar una cuarta opción de respuesta y así elaborar el cuestionario final para aplicar.

El instrumento final contó con catorce reactivos, con cuatro opciones de respuesta y una confiabilidad de 0.96 de acuerdo a la fórmula estadística de K de Richardson. Se aplicó a ciento doce sujetos, determinados al azar por el coordinador de servicios escolares, la aplicación se llevó a cabo en el aula de clases de cada grupo. En primer grado se aplicó a cuarenta sujetos, en segundo grado fueron cuarenta y dos sujetos y en tercer grado constó de treinta sujetos.

Los resultados obtenidos en dicha investigación fueron los siguientes: Los alumnos de primer grado son los menos informados acerca de la sexualidad en relación con el resto de sus compañeros de grados superiores. La información que saben acerca de sexualidad la han obtenido principalmente de los padres de familia y los maestros, pero también hay una altísima incidencia de reactivos no contestados, de igual forma en la opción otros, reconocen que son los medios de comunicación una fuente importante de información sexual, sin embargo la información que poseen los alumnos de primer grado aún es deficiente. Para los alumnos de segundo sube el grado de conocimiento acerca de sexualidad con relación a sus compañeros del grado adyacente. Los adolescentes de segundo grado, sin embargo, manifiestan un cambio muy importante acerca de quién obtienen la información sexual que poseen, pues son los amigos quienes corren mayormente con esta función informativa. Los terceros grados reflejan un conocimiento aceptable en temas de sexualidad. En cuanto de quién obtuvieron los conocimientos que poseen, observamos que no reconocen a los padres de familia como sus principales informadores, ni a los maestros y amigos, manifiestan que ellos prefieren buscar por sí mismos información cuando tiene dudas sobre aspectos de sexualidad, y que son los medios de comunicación una vía factible donde pueden encontrar dicha información.

CAPÍTULO III. MÉTODO

3.1 Tipo de estudio

La presente investigación fue de tipo **descriptiva**.

De acuerdo con Pick (1990), cuando el investigador realiza este tipo de estudio sólo quiere describir el fenómeno tal como se presenta en la realidad, le sirve para obtener más información que le será útil para planear estudios posteriores más estructurados.

3.2 Variable de estudio y su delimitación

- Percepción del adolescente de secundaria sobre los contenidos de sexualidad que le transmite la televisión.

* Delimitación de la variable de estudio

VARIABLE	INDICADORES	SUBINDICADORES	INDICES
Percepción del adolescente de secundaria sobre los contenidos de sexualidad que le transmite la televisión.	<ul style="list-style-type: none">- Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en televisión.- Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos.- Conocimiento sobre el porqué de las preferencias televisivas de los adolescentes.	<ul style="list-style-type: none">- Programas de revista- Telenovelas- Series- Películas- Dibujos animados o caricaturas- Noticiarios o informativos- Documentales- Publicidad o comerciales- Musicales- De concurso	<ul style="list-style-type: none">RelatosDiscursosImágenesEscenas

*La delimitación de las variables de estudio, es un proceso deductivo que va de lo general a lo particular, de lo abstracto (que en este caso es la variable de estudio, primera columna) a lo concreto (última columna, índices), de lo más teórico a lo más práctico, y tiene como fin ir delimitando, parcializando la realidad, llegando así al objeto de estudio (la variable de estudio).

3.3 Participantes.

De acuerdo con los objetivos de la investigación se hizo necesaria la participación de adolescentes, en este caso de educación secundaria por encontrarse dentro de los rasgos de edad fisiológica que marcan los rangos de la adolescencia.

Participaron en ésta investigación adolescentes que cursen algún grado de educación secundaria. La escuela secundaria en donde se aplicó el cuestionario cuenta con una población total del turno vespertino de aproximadamente 780 alumnos.

La muestra que conformó la presente investigación fue de tipo no probabilística intencional de alrededor del 10% (80 alumnos), obtenida de la población total de todos los grados que conforma la Escuela Secundaria Técnica No. 97 “Bernardo Quintana Arrijoja” turno vespertino.

3.4 Instrumento.

Como el objetivo general de la presente investigación es conocer la percepción que tienen los adolescentes de secundaria sobre los contenidos televisivos que sobre sexualidad les presenta la televisión, se procedió a la elaboración de un cuestionario semicerrado para lograrlo.

Para la elaboración del cuestionario semicerrado que nos dio una visión sobre lo que ven los adolescentes en la televisión, el porqué ven tal o cual programa y su opinión sobre los contenidos sexuales que ésta les presenta, se procedió a la revisión bibliográfica de otros cuestionarios similares al tema de nuestra investigación, en particular, de dos investigaciones.

El primer cuestionario que se encontró y consultó, fue el perteneciente a la investigación “Medios y salud, la voz de los adolescentes” (Collignon G., M., M., y cols., 2003) (ver anexo 1) realizada en América Latina donde participaron 11 países (Argentina, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela). El objetivo general de la investigación fue caracterizar el rol de los medios de comunicación en la cotidianidad de los adolescentes en América Latina, particularmente en el ámbito de la salud y de su sexualidad, describiendo al adolescente de América Latina, el acceso y uso que tiene a los medios de comunicación y de cómo estos influyen en sus decisiones sobre salud y sexualidad. El cuestionario que contiene esta

investigación no menciona su validez, sólo el procedimiento detallado de cómo se realizó su aplicación.

El segundo cuestionario encontrado y consultado se trata de una investigación llamada “Audiencias jóvenes y prácticas sexuales” (Coronado R., E., A., 2005) (ver anexo 2) realizada en el estado de Tamaulipas. Se trata de una investigación cuyo objetivo general era explorar la interacción de los jóvenes con los contenidos sexuales y eróticos transmitidos por televisión y el uso que de esta información hacen los jóvenes para configurar sus prácticas sexuales, la información que daba respuesta a este objetivo era un cuestionario abierto, no se menciona su validez.

Ambos cuestionarios permitieron una revisión bibliográfica en el campo de los materiales de investigación, y dio paso a un cuestionario final semicerrado denominado “Tú y la televisión” (ver anexo 3) para contestar a los objetivos de nuestra investigación, consta de 30 reactivos que indagan sobre la opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales que les presenta la televisión, sus preferencias en contenidos televisivos y el porqué de estas preferencias (ver cuadro 1). Para validar el cuestionario final se recurrió a validación de jueces (los resultados de la validación por jueces se explican en el apartado de resultados).

Cuadro 1

Estructura general de construcción

AREAS	PREGUNTAS
1.- Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.	4, 5, 6, 7,15, 23, 29 y 30
2.- Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos.	1,3,8,10,12,14,16,17,19,21,24,y 26.
3.- Conocimiento sobre el porqué de las preferencias televisivas de los adolescentes	2, 9, 11,13, 18, 20, 22, 25, 27 y 28.

3.5 Escenario

La investigación se lleva a cabo en la Escuela Secundaria Técnica No. 97 “Bernardo Quintana Arrijoja” turno vespertino, ubicada en la delegación Iztapalapa. La escuela es una institución pública de 30 salones con un mobiliario un tanto desgastado, la fachada se encuentra en buen estado. Los patios cuentan con un espacio adecuado para practicar deporte (cancha de fútbol, voleibol y básquetbol). Cuenta con sanitarios perfectamente personalizados y aseados para el uso de los alumnos y alumnas. En general la escuela se mantiene limpia. La población estimada de este turno es de 780 alumnos.

3.6 Procedimiento.

La aplicación del cuestionario se hizo de la siguiente manera:

- Se pidió autorización del director de la escuela y del coordinador de tecnológicas, para la aplicación del cuestionario, ellos fijaron día y horario para el 8 de junio de 2009 a las 3 de la tarde.
- El día de la aplicación del cuestionario, el coordinador de tecnológicas de la escuela nos proporcionó alumnos de diferentes grados hasta llegar a 80 alumnos. Nos dirigimos a un salón de clase con los participantes, para posteriormente presentarnos y darles una breve explicación sobre la investigación, se les indicó que si hubiese alguna duda levantarán la mano y alguna de las aplicadoras irá hasta su asiento a auxiliarlo.
- Enseguida, les entregamos el cuestionario, para ser contestado de manera individual y conforme a las instrucciones marcadas; no hubo límite de tiempo para su contestación.
- Concluida la aplicación se les agradeció a los adolescentes su participación y se recogió el material.
- Terminada la aplicación, nos dirigimos a la oficina del coordinador para agradecerle su colaboración y amabilidad para la realización de esta investigación.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos del instrumento que se utilizó para esta investigación. En el apartado 4.1 se habla, de la validación del instrumento. En el apartado 4.2 se presentan los datos demográficos de los participantes de esta investigación. En el apartado 4.3 se presentan los resultados obtenidos en la investigación. Por último en el apartado 4.4 un análisis general de los resultados obtenidos.

4.1 Validación del instrumento

La validez de un instrumento se puede definir como el grado en que la calificación o resultado del instrumento realmente refleja lo que estamos midiendo (Pick 1990).

Para validar el cuestionario “Tú y la televisión”, se hicieron dos piloteos, en ellos se exploraron las posibles respuestas de los adolescentes ante los cuestionamientos y se semicerraron las respuestas con base en un análisis de contenido. La validación del cuestionario se realizó mediante validación de contenido por medio de jueces, para esto se recurrió a dos jueces expertos en teoría sobre psicología y comunicación, y a dos jueces expertos en la práctica docente (profesores de secundaria) con adolescentes. A los cuatro jueces se les presentó un formato (ver anexo 4) con la pregunta y variable de esta investigación, a continuación las áreas de la variable con sus respectivas preguntas, y una serie de cuestionamientos sobre su pertenencia, redacción y forma de registro de la respuesta, además de observaciones (Ver anexo 5). Con algunas observaciones de los cuatro jueces se validó el instrumento. Todas las respuestas de los jueces se concentraron en el cuadro que se presenta a continuación (ver cuadro 2) y fueron tomadas en cuenta para el cuestionario final y así se procedió a su aplicación final.

Cuadro 2

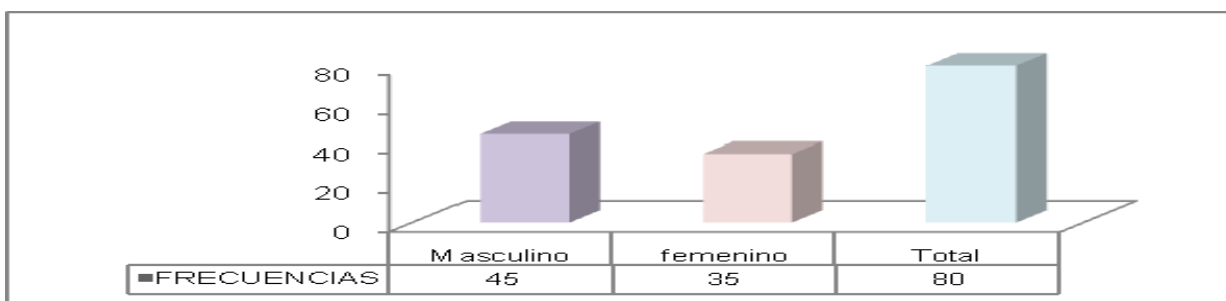
CONCENTRADO DE VALIDACIÓN DE JUECES

PREG.	CRITERIOS DE VALIDACIÓN																							
	PERTENENCIA AL AREA								CLARIDAD EN LA REDACCIÓN DE LA PREGUNTA								PERTINENCIA EN LA FORMA DE REGISTRO DE LA RESPUESTA							
	JUECES								JUECES								JUECES							
	SI				NO				SI				NO				SI				NO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
2	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
3	*	*	*	*					*	*	*	*					*		*	*		*		
4	*	*	*	*					*	*	*	*						*	*	*	*	*		
5	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
6	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
7	*	*	*	*					*	*	*	*						*	*	*	*	*		
8	*	*	*	*					*	*	*	*						*	*	*	*	*		
9	*	*	*	*					*	*	*	*						*	*	*	*	*		
10	*	*	*	*					*	*	*	*						*	*	*	*	*		
11	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
12	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
13	*	*	*	*					*		*	*		*			*		*	*		*		
14	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
15	*	*	*	*					*		*	*		*			*		*	*		*		
16	*	*	*	*					*	*	*	*					*	*	*	*				
17	*	*	*	*					*	*	*	*					*		*	*		*		
18	*	*	*	*					*	*	*	*					*		*	*		*		
19	*	*	*	*					*	*	*	*					*		*	*		*		
20	*	*	*	*					*	*	*	*							*	*	*	*		
21	*	*	*	*					*	*	*	*					*		*	*		*		
22	*	*	*	*					*	*	*	*							*	*	*	*		
23	*	*	*	*					*	*	*	*							*	*	*	*		
24	*	*	*	*					*	*		*			*				*	*	*	*		
25	*	*	*	*					*	*		*			*			*		*	*	*		
26	*	*	*	*					*	*		*			*		*	*	*	*				
27	*	*	*	*					*	*		*			*	*	*	*	*	*				
28	*	*		*			*		*	*	*	*					*	*		*			*	

Los * muestran las respuestas de los jueces según considerarán oportuna la pertinencia del área y claridad en la pregunta y por ultimo la forma de registro de la respuesta.

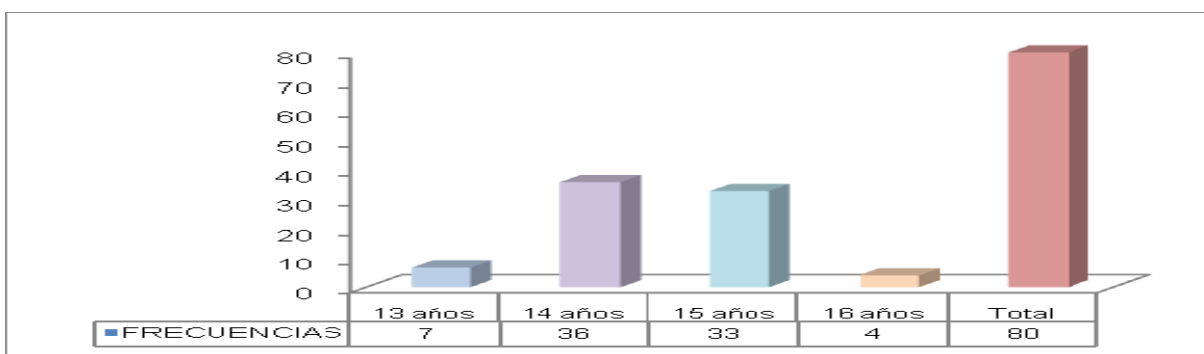
4.2 Datos demográficos

SEXO	Género	Frecuencia	Porcentaje
	Masculino	45	56.3
	Femenino	35	43.8
	Total	80	100.0



De 80 adolescentes que participaron en esta investigación, 56% (45) pertenecían al sexo masculino y 44% (35) al sexo femenino.

EDAD	Edades	Frecuencia	Porcentaje
	13	7	8.8
	14	36	45.0
	15	33	41.3
	16	4	5.0
	Total	80	100.0



Las edades de los adolescentes que contestaron el cuestionario oscilaron entre los 13 y 16 años. 9% (7) tiene 13 años, 45%(36) 14 años, 41 %(33) cuenta con una edad de 15 años y el 5% (4) tiene 16 años. La edad promedio de los adolescentes fue de 14 años de edad.

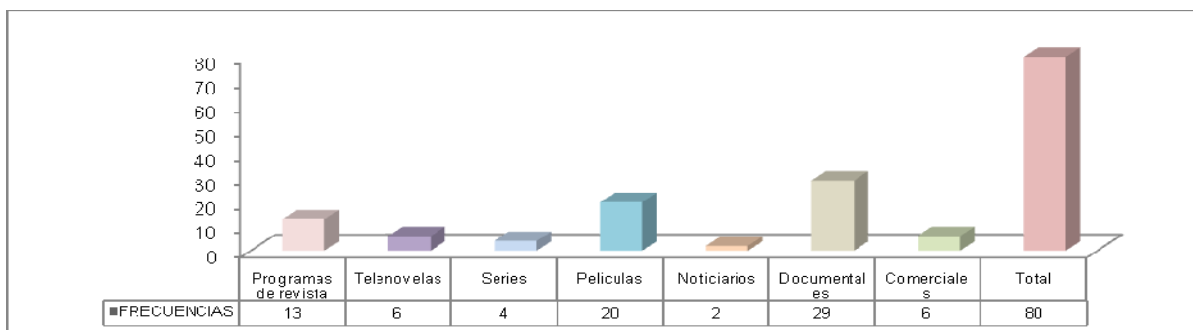
4.3 Análisis y resultados del cuestionario

Las gráficas que se presentan a continuación corresponden al análisis de frecuencias por áreas del cuestionario aplicado.

Área 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión

4.- ¿Qué programas ves o has visto en televisión que traten temas sobre sexualidad?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Programas de revista	13	16.3
2.- Telenovelas	6	7.5
3.- Series	4	5.0
4.- Películas	20	25.0
5.- Noticiarios	2	2.5
6.- Documentales	29	36.3
7.- Comerciales	6	7.5
Total	80	100.0

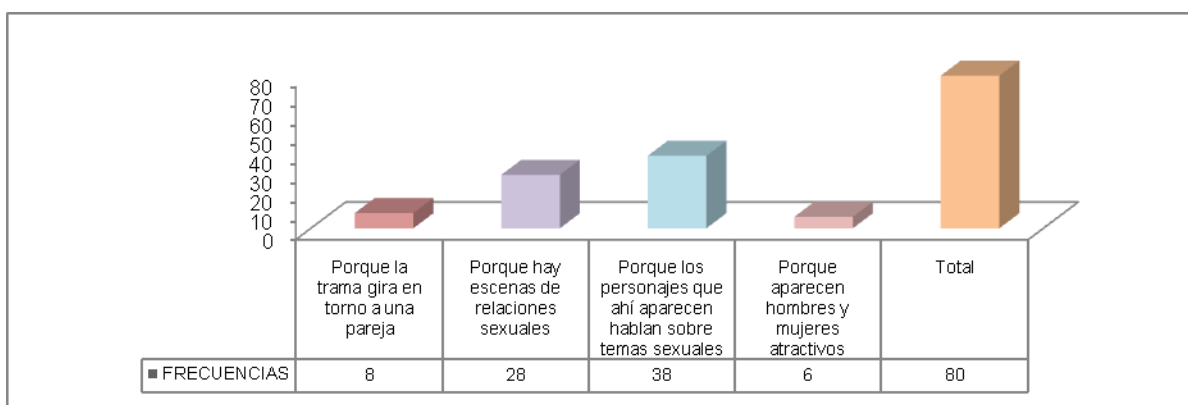


Los adolescentes opinaron en una proporción de 36% (29) que los documentales son los que tratan más temas sobre sexualidad en la televisión, le siguen las películas con un 25% (20), los programas de revista le siguen con un 16% (13), y con una frecuencia mucho menor nombran a las telenovelas y a los comerciales con un 8% (6), series 5% (4) y noticiarios con el 3% (2).

La respuesta típica de los adolescentes fue de 4.75 que se encuentra entre la opción "Películas" y "Noticiarios". La desviación estándar fue de 2.42 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia las opciones de "Telenovelas" y "Series".

5.- ¿Por qué opinas que los programas que mencionaste tienen contenido referente a la sexualidad?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.- Porque la trama gira en torno a una pareja	8	10.0
2.-Porque hay escenas de relaciones sexuales	28	35.0
3.-Porque los personajes que aparecen hablan sobre sexualidad	38	48.0
4.-Porque aparecen hombres y mujeres atractivos	6	7.0
Total	80	100.0

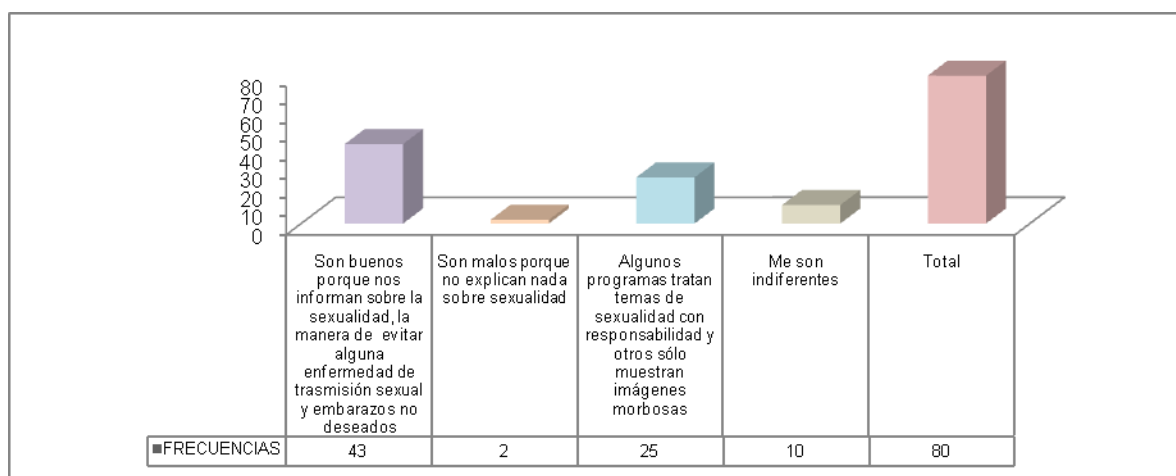


Acerca del porque opinan que los programas antes mencionados tienen contenidos referentes a la sexualidad, el 48% (38) de los adolescentes dicen que es porque los personajes hablan sobre sexualidad, 35% (28) dice que porque hay escenas de relaciones sexuales un 10% (8) considera que las temáticas televisivas son sexuales porque giran en torno a una pareja y el 7% (6) porque aparecen hombres y mujeres atractivos.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.55 que se encuentra entre la opción “Porque hay escenas de relaciones sexuales” y “Porque los personajes que aparecen hablan sobre sexualidad”. La desviación estándar fue de .840 mostrando una inclinación de la respuesta típica de los adolescentes hacia la opción “Porque la trama gira en torno a una pareja”.

6.- Con relación a la pregunta anterior ¿Qué opinas de este tipo de programas?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Son buenos porque nos informan sobre la sexualidad, la manera de evitar alguna enfermedad de trasmisión sexual y embarazos no deseados	43	53.8
2.-Son malos porque no explican nada sobre sexualidad	2	2.5
3.-Algunos programas tratan temas de sexualidad con responsabilidad y otros sólo muestran imágenes morbosas	25	31.3
4.-Me son indiferentes	10	12.5
Total	80	100.0

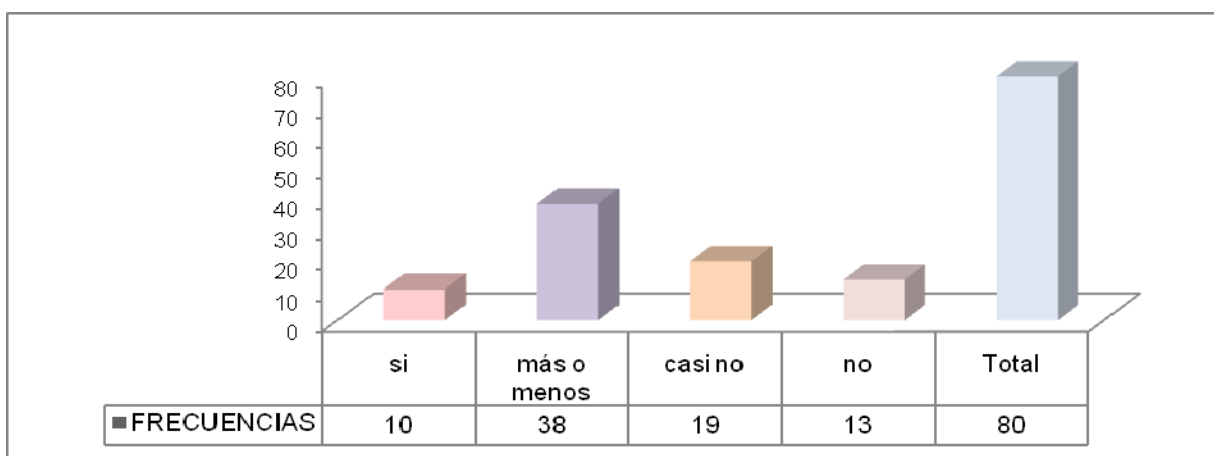


La opinión que tienen los adolescentes que contestaron el cuestionario sobre los programas televisivos que tratan temas sexuales es que son buenos porque dan información sobre sexualidad 54% (43), un 31% (25) cuestionan la responsabilidad de estos programas y los catalogan como “buenos” y “malos”, y un 13% (10) dicen que les son indiferentes este tipo de contenidos y un 3% (2) dicen que no contestan nada de sexualidad de manera seria.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.02 que se encuentra en la opción “Son malos porque no explican nada de sexualidad”. La desviación estándar fue de 1.16 mostrando una inclinación de la respuesta típica de los adolescentes hacia la opción “Son buenos porque nos informan sobre la sexualidad, la manera de evitar alguna enfermedad de trasmisión sexual y embarazos no deseados”.

7.- ¿Crees que los temas sobre sexualidad tratados en los programas de televisión resuelven tus dudas?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Sí	10	12.5
2.-Más o menos	38	47.5
3.-casí no	19	23.8
4.-No	13	16.3
Total	80	100.0

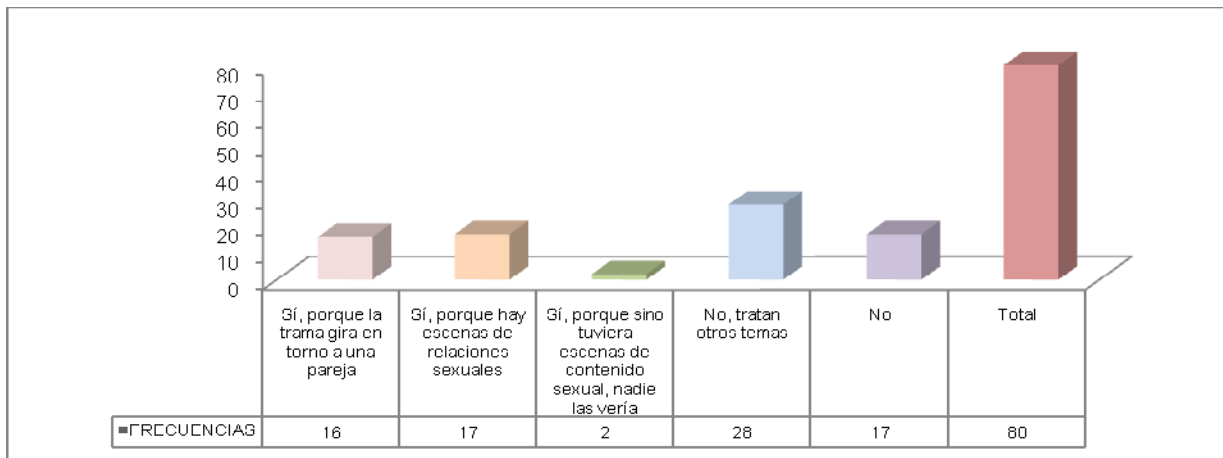


Al cuestionarles si creían que los temas sobre sexualidad tratados en programas de televisión resuelven sus dudas sobre el tema un 48% (38) de los adolescentes dijo que más o menos, el 24% (19) dijo que casi no, un 16% (13) dijo que no y el 13% (10) dijo que si resolvían sus dudas los programas de televisión que tratan temas sexuales.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.44 que se encuentra en las opciones “Más o menos” y “Casi no”. La desviación estándar fue de .912 mostrando una inclinación de la respuesta típica de los adolescentes hacia la opción “Si”.

15.- ¿Estás de acuerdo con la opinión de que en todas las películas tratan temas sexuales?
¿Por qué?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Sí, porque la trama gira en torno a una pareja	16	20.0
2.-Sí, porque hay escenas de relaciones sexuales	17	21.3
3.-Sí, porque sino tuviera escenas de contenido sexual, nadie las vería	2	2.5
4.-No, tratan otros temas	28	35.0
5.-No	17	21.3
Total	80	100.0

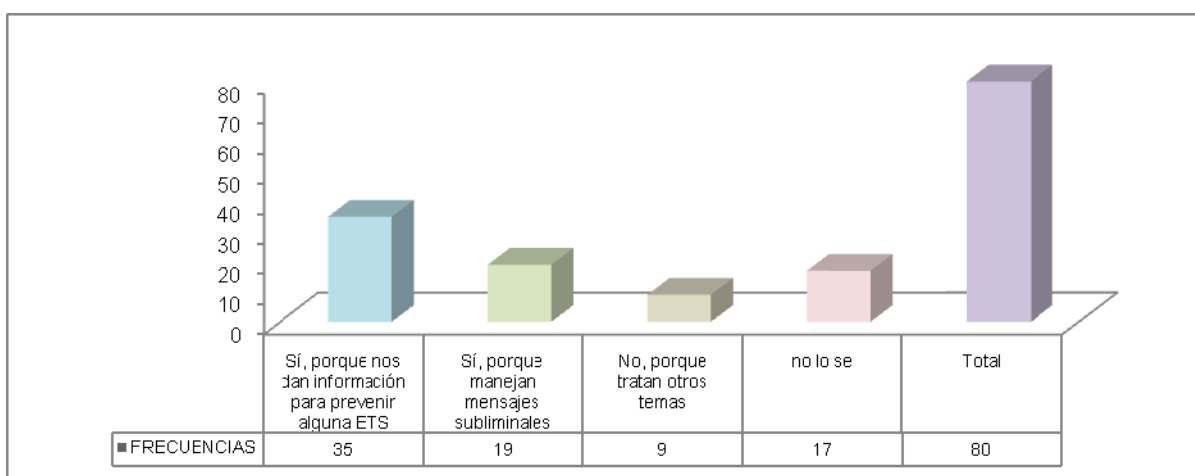


Ante la pregunta sobre su opinión acerca de que en todas las películas tratan temas sexuales y el porque, un 35% (28) de los adolescentes dijo que no, que las películas tratan otros temas, un 21% (17) dijo que si porque las películas tienen escenas de relaciones sexuales, otro 21% (17) dijo simplemente que no, un 20% (16) manifestó que si porque en la trama de las películas hay parejas y un 3% (2) dijo que si, porque si no tratasen temas de sexualidad nadie las vería.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 3.16 que se encuentra en la opción "Si porque sino tuviera escenas de contenido sexual, nadie las vería". La desviación estándar fue de 1.48 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia las opciones "Si, porque la trama gira en torno a una pareja" y "Sí porque hay escenas de relaciones sexuales".

23.- ¿Estás de acuerdo con la opinión de que en los comerciales se hacen muchas insinuaciones en temas sobre sexualidad? ¿Por qué?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Sí, porque nos dan información para prevenir alguna ETS	35	43.8
2.-Sí, porque manejan mensajes subliminales	19	23.8
3.-No, porque tratan otros temas	9	11.3
4.-No lo se	17	21.3
Total	80	100.0

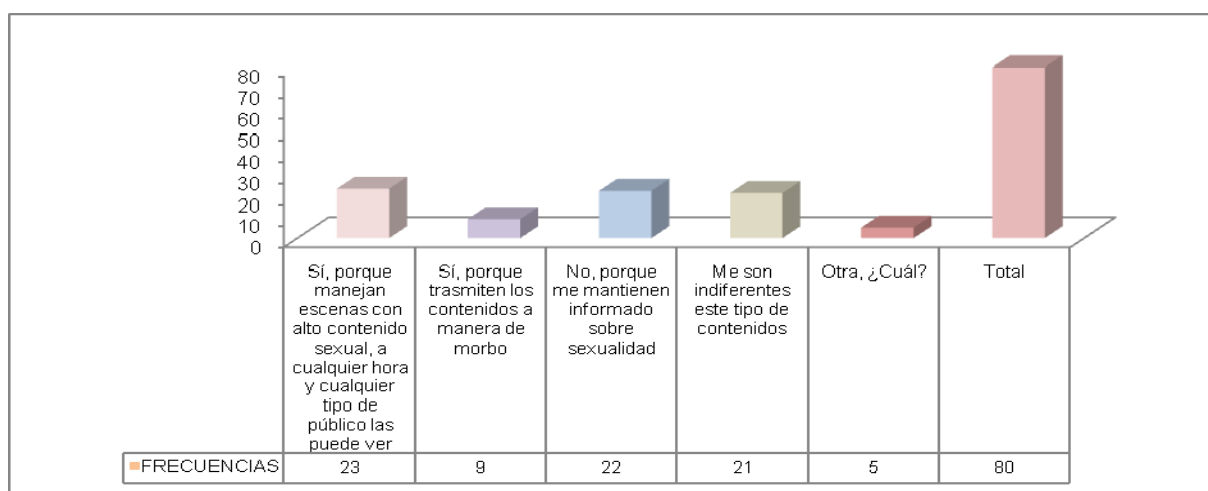


Los adolescentes que contestaron el cuestionario dicen en un 44% (35) que los comerciales que transmite la televisión hacen muchas insinuaciones en temas sobre sexualidad, pero que esto les sirve para prevenir enfermedades de transmisión sexual, un 24% (19) dijo que sí, porque se manejan mensajes subliminales en los comerciales, el 22% (17) dijo no saber, y el 11% (9) consideró que no era así, que los comerciales tratan otros temas.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.10 que se encuentra en la opción “Sí, porque manejan mensajes subliminales”. La desviación estándar fue de 1.18 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “No, porque tratan otros temas”.

29.- ¿Hay algo que te desagrade de la forma en la que la televisión transmite contenidos referentes a la sexualidad? ¿Qué es?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Sí, porque manejan escenas con alto contenido sexual, a cualquier hora y cualquier tipo de público las puede ver	23	28.8
2.-Sí, porque transmiten los contenidos a manera de morbo	9	11.3
3.-No, porque me mantienen informado sobre sexualidad	22	27.5
4.-Me son indiferentes este tipo de contenidos	21	26.3
5.-Otra, ¿Cuál?	5	6.3
Total	80	100.0

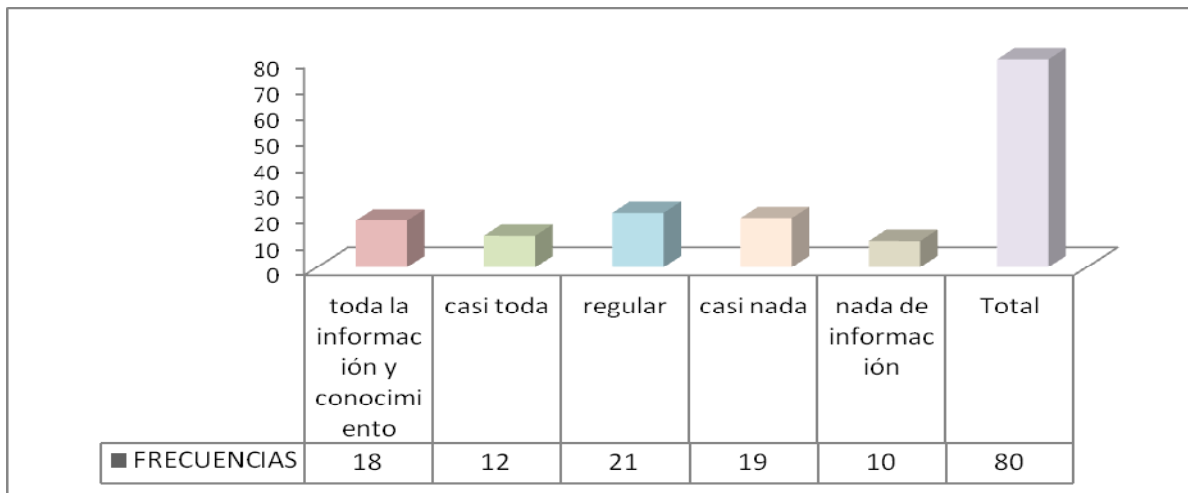


El 29% (23) de los adolescentes dijo que si les desagradaba la forma en la que la televisión transmite contenidos referentes a la sexualidad, un 28% (22), mencionó que no le desagradaba, otro 26% (21) dijo que estos contenidos le son indiferentes, mientras que el 11% (9) restante manifiesta que le desagradan los contenidos sexuales transmitidos por la televisión porque se hace a manera de morbo.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.70 que se encuentra entre las opciones “Sí, porque transmiten los contenidos a manera de morbo” y “No, porque me mantienen informado sobre sexualidad”. La desviación estándar fue de 1.30 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Sí, porque manejan escenas con alto contenido sexual, a cualquier hora y cualquier tipo de público las puede ver”.

30.- ¿Hasta qué punto tú le atribuirías a la televisión la información sexual que sabes?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Toda la información y conocimiento	18	22.5
2.-Casi toda	12	15.0
3.-Regular	21	26.3
4.-Casi nada	19	23.8
5.-Nada de información	10	12.5
Total	80	100.0



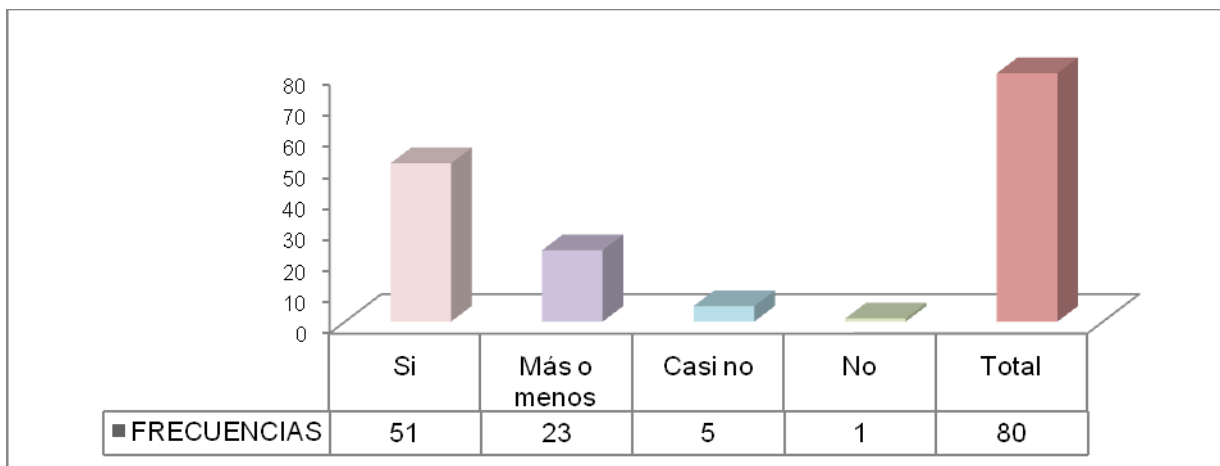
Finalmente ante el cuestionamiento de que hasta qué punto los adolescentes atribuyen a la televisión la información sexual que poseen, el 26% (21) dijo que regular, un 24% (19) dijo que casi nada, el 23 % (18) manifestó que toda la información y conocimiento la obtienen de la televisión y el 15% (12) restante dijo que casi toda.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.89 que se encuentra entre las opciones “Casi toda” y “Regular”. La desviación estándar fue de 1.34 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Toda la información y conocimiento”.

Área 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos.

1.- ¿Te gusta ver televisión?

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1.-Si	51	63.8
2.-Más o menos	23	28.8
3.-Casi no	5	6.3
4.-No	1	1.3
Total	80	100.0

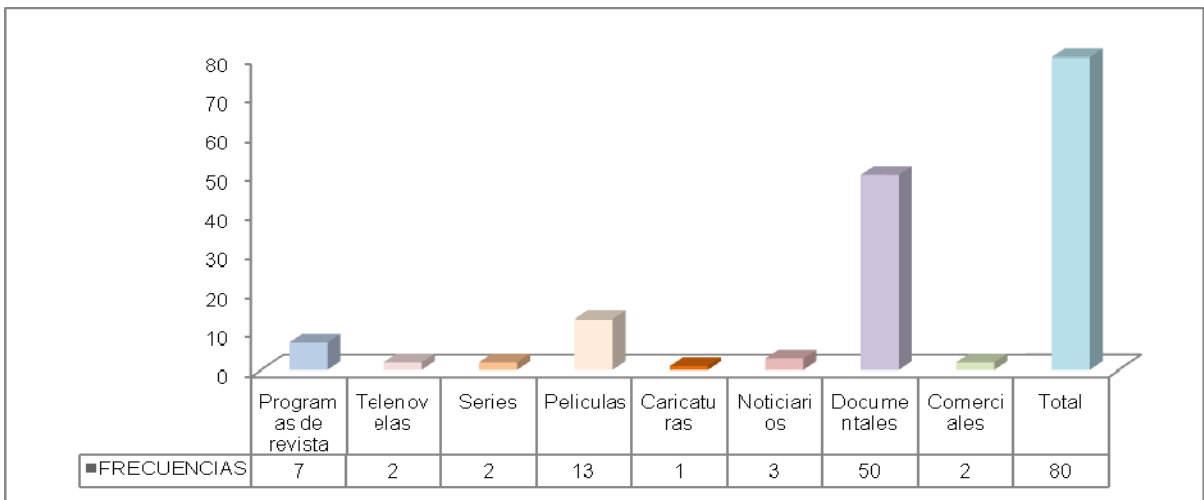


El 64% (51) de los adolescentes que contestaron el cuestionario manifestaron que si les gusta ver television, el 29% (23) dijo que más o menos , el 6% (5) que casi no, y sólo el 1% (1) dijo que no le gustaba ver television.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 1.45 que se encuentra entre las opciones “Si” y “Más o menos”. La desviación estándar fue de .67 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Si”.

3.- Si quisieras obtener información en la televisión sobre temas referentes a tu sexualidad, ¿Cuál de estos programas verías? (Escribe el número 1 en la línea para el programa que consideres que te de más información sobre sexualidad, el número 2 al siguiente y así sucesivamente).

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Programas de revista	7	8.8
2.-Telenovelas	2	2.5
3.-Series	2	2.5
4.-Películas	13	16.3
5.-Caricaturas	1	1.3
6.-Noticiarios	3	3.8
7.-Documentales	50	62.5
8.-Comerciales	2	2.5
Total	80	100.0

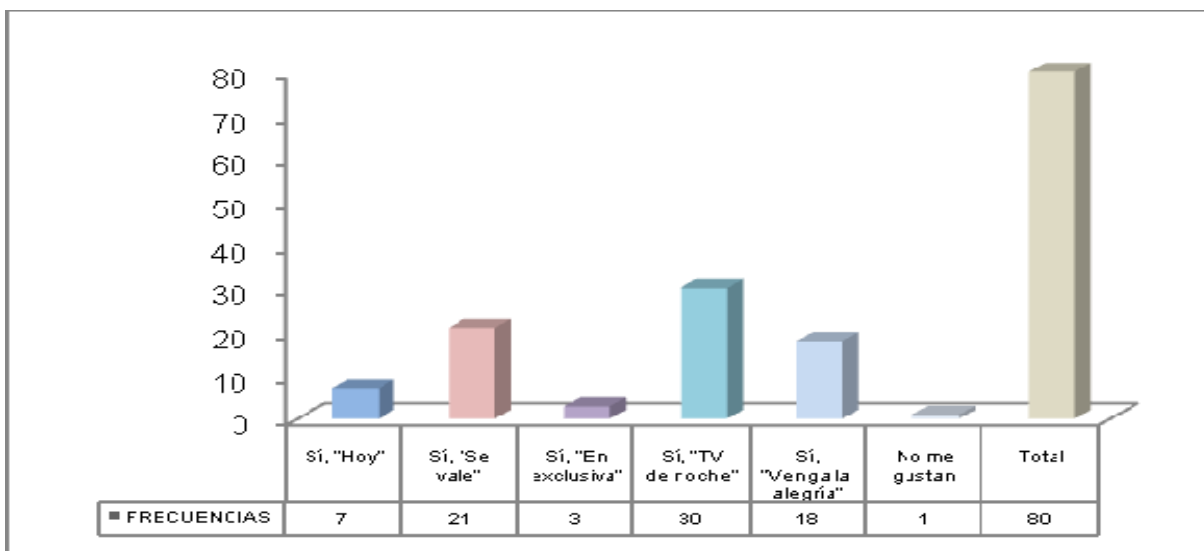


Ante el cuestionamiento de que, si quisieran obtener información en programas televisivos sobre sexualidad, los programas que verían son con un 63% (50) los documentales, 16% (13) recurrirían a las películas, 9% (7) a programas de revista el 4 % (3) lo haría a los noticiarios, y con el 3% (2) telenovelas, series y comerciales.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 5.72 que se encuentra entre las opciones “Caricaturas” y “Noticiarios”. La desviación estándar fue de 2.04 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Programas de revista”.

8.- ¿Te gusta ver programas de revista? ¿Cuál?

Opciones de Respuestas	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, "Hoy"	7	8.8
2.-Sí, "Se vale"	21	26.3
3.-Sí, "En exclusiva"	3	3.7
4.-Sí, "TV de noche"	30	37.5
5.-Sí, "Venga la alegría"	18	22.5
6.-No me gustan	1	1.2
Total	80	100.0

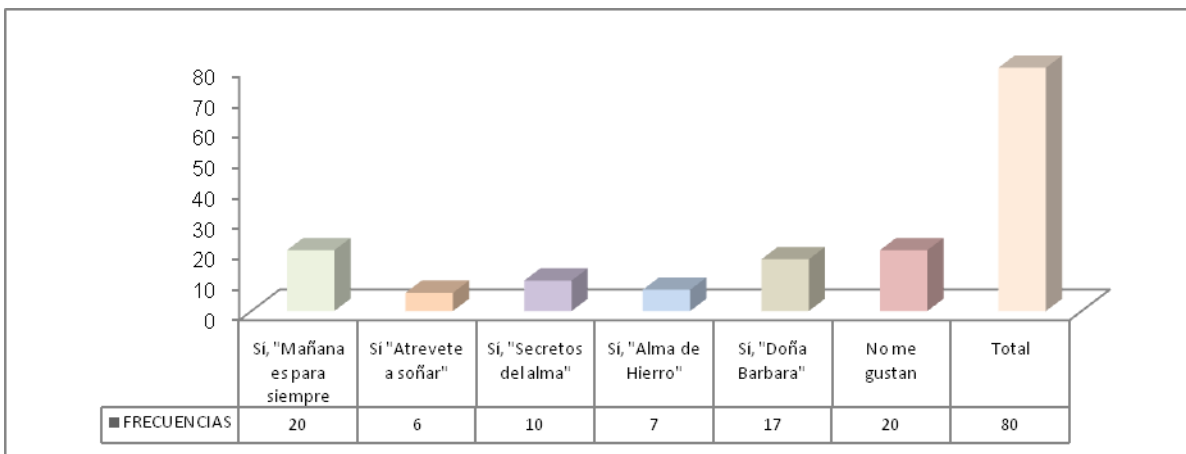


En cuanto a las preferencias por los programas de revista, los adolescentes que si los ven, en un 38% (30) dijo ver "Venga la alegría", seguido de "Se vale ", con un 26% (21), con un 9% (7) "Hoy", "TV de noche" obtuvo un 4% (3) de preferencia, y por ultimo otro nombrado fue "De poca" con un 3% (2). El 20% (16) dijo no gustarle ver los programas de revista.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 4.29 que se encuentra en la opción "Sí, TV de noche". La desviación estándar fue de 2.07 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Sí, Se vale".

10.- ¿Te gusta ver telenovelas? ¿Cuál?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, “Mañana es para siempre”	20	25.0
2.-Sí, “Atrévete a soñar”	6	7.5
3.-Sí, “Secretos del alma”	10	12.5
4.-Sí, Alma de Hierro”	7	8.8
5.-Sí, “Doña Bárbara”	17	21.3
6.-No me gustan	20	25.0
Total	80	100.0

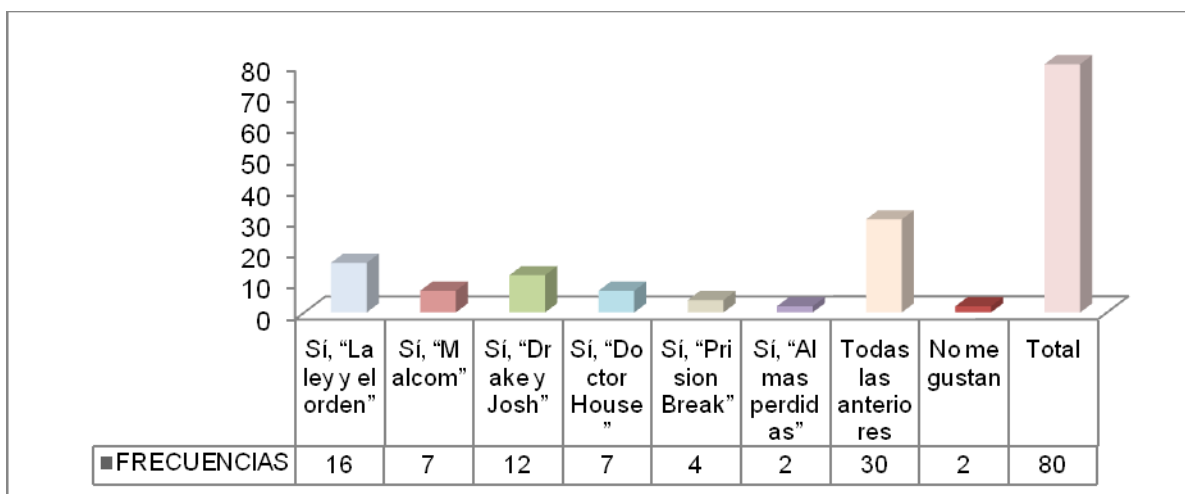


En cuanto al género televisivo de las novelas el 25% (20) menciono ver “Mañana es para siempre”, seguido de “Doña Bárbara” con un 21% (17) de las preferencias adolescentes, “Secretos del alma” 13% (10), “Alma de hierro”, 9% (7) y con un 8% (6) “Atrévete a soñar”. Así mismo el 25% (20) dijo no gustarle ver telenovelas.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 3.69 que se encuentra entre las opciones “Secretos del alma” y “Alma de Hierro”. La desviación estándar fue de 1.95 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia las opciones “Mañana es para siempre” y “Atrévete a soñar”.

12.- ¿Te gustan las series? ¿Cuál (es)?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, "La ley y el orden"	16	20.0
2.-Sí, "Malcom"	7	8.8
3.-Sí, "Drake y Josh"	12	15.0
4.-Sí, "Doctor House"	7	8.8
5.-Sí, "Prision Break"	4	5.0
6.-Sí, "Almas perdidas"	2	2.5
7.-Todas las anteriores	30	37.5
8.-No me gustan	2	2.5
Total	80	100.0

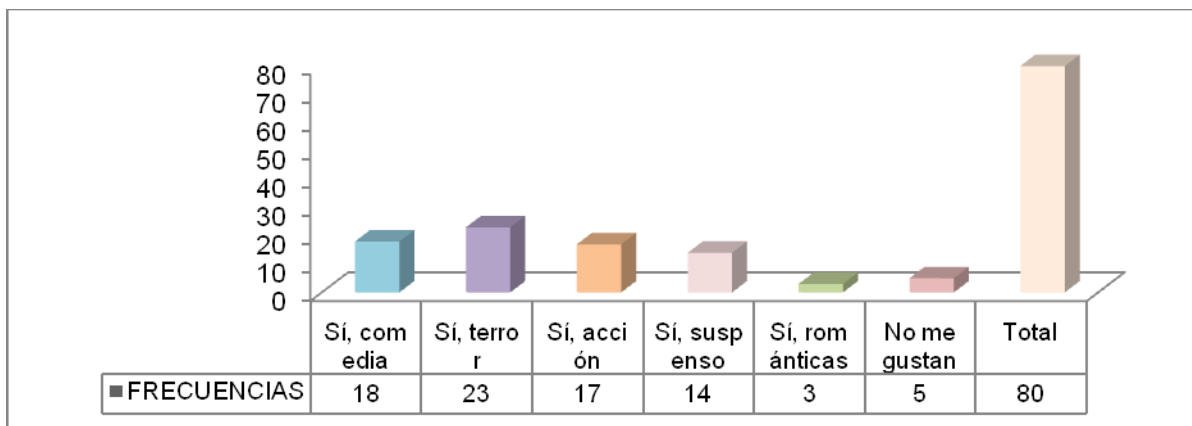


Las series resultan un género televisivo muy visto por los adolescentes. El 20% (16) dijo ver "La ley y el orden UVE", 15% (12) "Drake y Josh". Con un 9% (7) de las preferencias "Malcom" y "Doctor House", un 5% (4) ven "Prisión break" y un 3% (2) ve "Almas perdidas". Relevantemente un 38% (30) dijo ver todas las series ya citadas.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 4.40 que se encuentra entre las opciones "Doctor House" y "Prision Break". La desviación estándar fue de 2.47 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia las opciones "Malcom" y "Drake y Josh".

14.- ¿Te gusta ver las películas que pasan en la televisión? ¿De qué género?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, comedia	18	22.5
2.-Sí, terror	23	28.8
3.-Sí, acción	17	21.3
4.-Sí, suspenso	14	17.5
5.-Sí, románticas	3	3.8
6.-No me gustan	5	6.3
Total	80	100.0

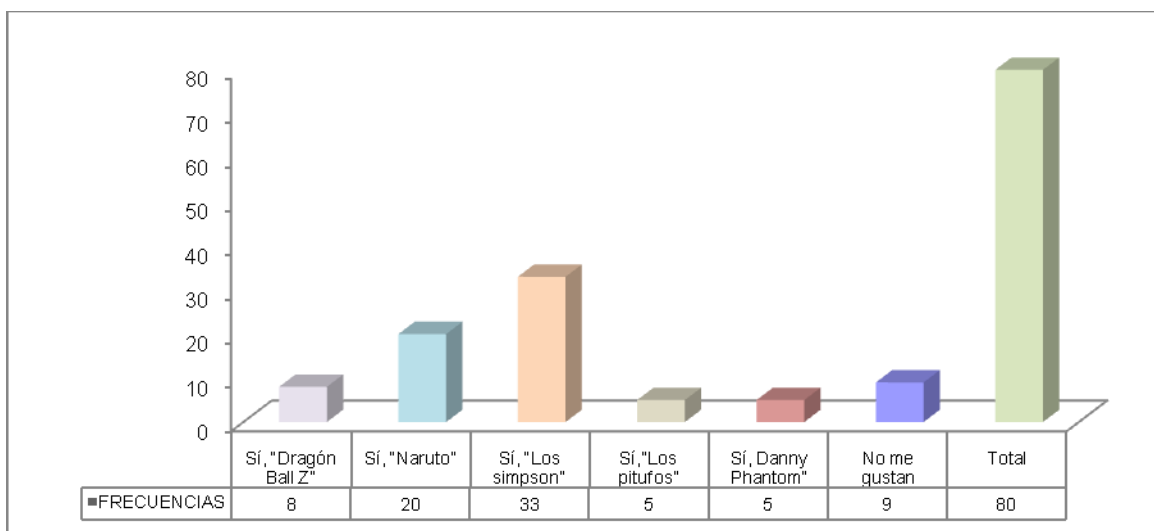


Los adolescentes que respondieron al cuestionario manifestaron en una gran medida si ver películas, sobre todo del género de terror con un 29% (23), luego el género de la comedia con un 23% (18) de las preferencias, seguido del de acción con un 21% (17), suspenso con un 18% (14) y por último el género de películas romántico con un 4% (3). El 6% (5) dijo no gustarle ver películas.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.76 que se encuentra entre la opción "Acción" y "Terror". La desviación estándar fue de 1.57 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia muestra la opción "Comedia".

16.- ¿Te gusta ver caricaturas? ¿Cuál (es)?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, "Dragón Ball Z"	8	10.0
2.-Sí, "Naruto"	20	25.0
3.-Sí, "Los Simpson"	33	41.3
4.-Sí, "Los pitufos"	5	6.3
5.-Sí, Danny Phantom"	5	6.3
6.-No me gustan	9	11.3
Total	80	100.0

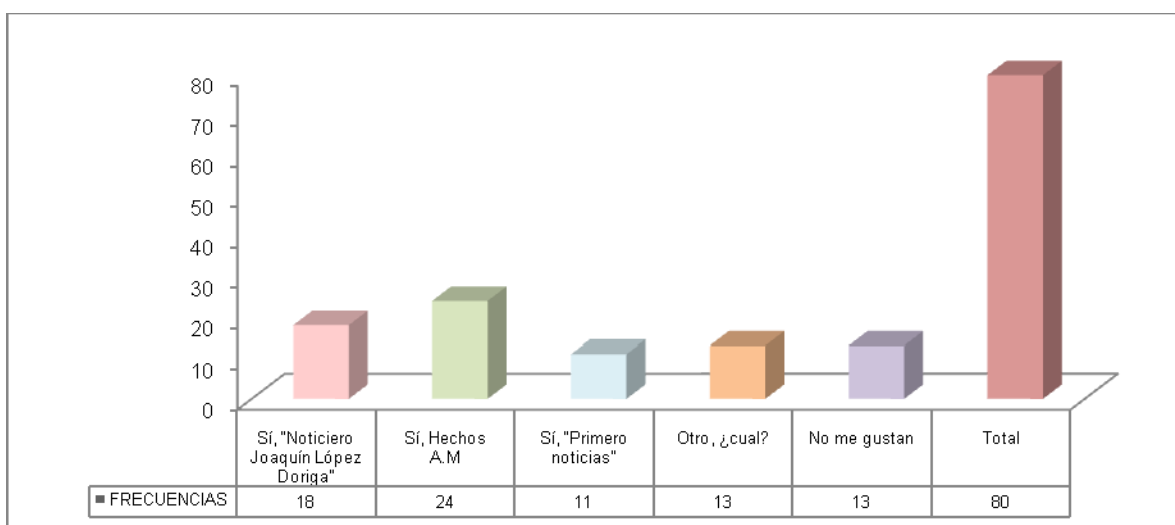


El orden de preferencia para los adolescentes que gustan de ver caricaturas fue el siguiente: en primer lugar con un 41% (33) "Los Simpson", seguido de "Naruto" con 25% (20), con un 10% (8) "Dragón Ball z", y con un 6% (5) de las preferencias "Los pitufos" y "Danny Phantom". El 11% (9) de los adolescentes que contestaron el cuestionario dijeron no gustarle ver caricaturas.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 3.08 que se encuentra en la opción "Los Simpson". La desviación estándar fue de 1.41 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia las opciones "Dragón Ball Z" y "Naruto".

17.- ¿Ves noticiarios? ¿Cuál (es)?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, "Noticiero Joaquín López Doriga"	18	22.5
2.-Sí, "Hechos A.M"	24	30.0
3.-Sí, " Primero noticias"	11	13.8
4.-Otro, ¿cuál?	13	16.3
5.-No me gustan	13	16.3
Total	80	100.0

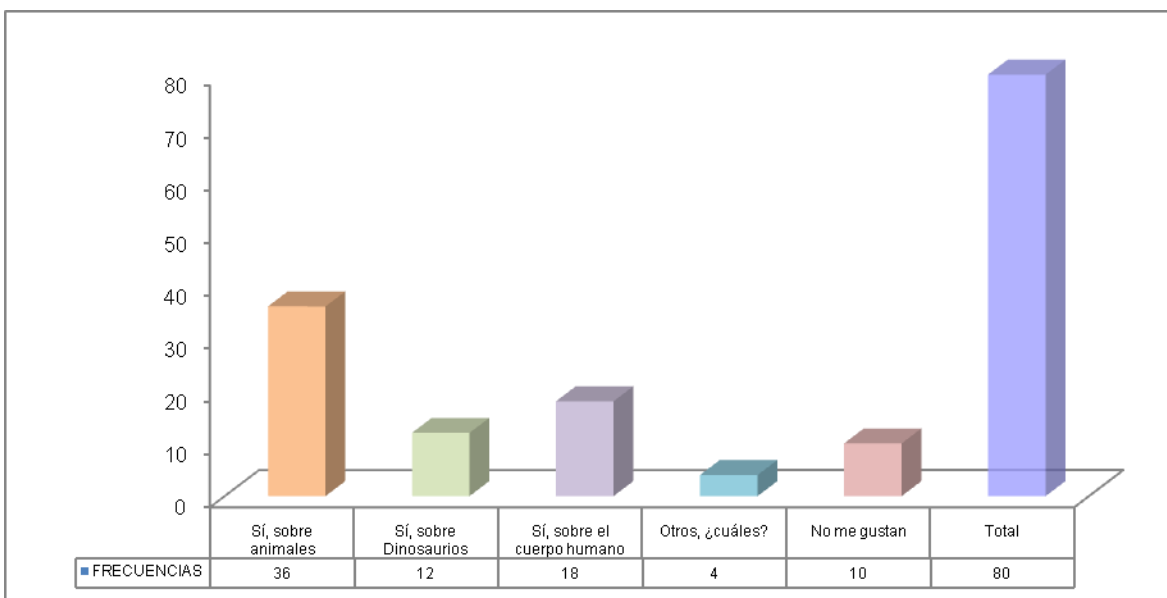


El noticiero preferido por los adolescentes que los ven es "Hechos AM" con un 30% (24), luego "Noticiero con Joaquín López -Doriga" con un 23%(18) de las preferencias. Con un 16% (13) se quedaron por igual otros noticiarios como "Matutino Express" y "Hechos Noche", de igual porcentaje resultaron los adolescentes a los que no les agrada ver noticiarios. La menor preferencia la obtuvo "Primero Noticias" con un 14%(11).

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.78 que se encuentra entre las opciones "Hechos A.M" y "Primero noticias". La desviación estándar fue de 1.44 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Noticiero Joaquín López Doriga".

19.- ¿Ves documentales? ¿Cuál (es)?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, sobre animales	36	45.0
2.-Sí, sobre Dinosaurios	12	15.0
3.-Sí, sobre el cuerpo humano	18	22.5
4.-Otros, ¿cuáles?	4	5.0
5.-No me gustan	10	12.5
Total	80	100.0

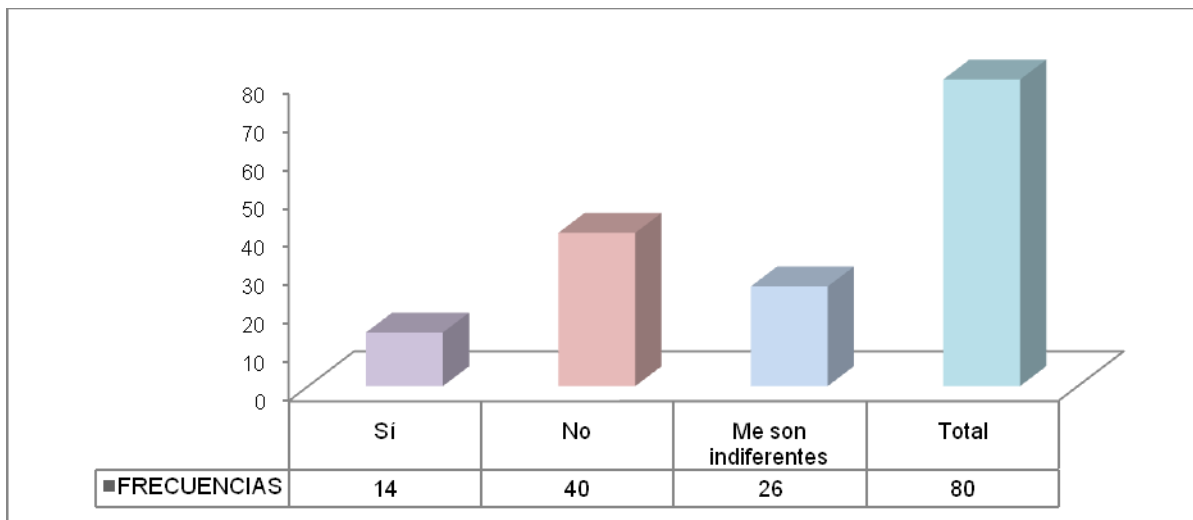


Un género especialmente nombrado por los adolescentes que contestaron el cuestionario fueron los documentales. El 45% (36) dijo preferir ver documentales de animales el 23% (18) sobre el cuerpo humano, el 15% (12) ve documentales sobre dinosaurios y el 5% (4) menciona ver otro tipo de documentales como históricos. Un 13% (10) dijo no gustarle los documentales e incluso no conocerlos.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.25 que se encuentra en la opción “Dinosaurios”. La desviación estándar fue de 1.40 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia las opciones, “Otros, ¿cuáles?” y “No me gustan”.

21.- ¿Te interesan tanto los programas que ves en televisión como los comerciales?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí	14	17.5
2.-No	40	50.0
3.-Me son indiferentes	26	32.5
Total	80	100.0

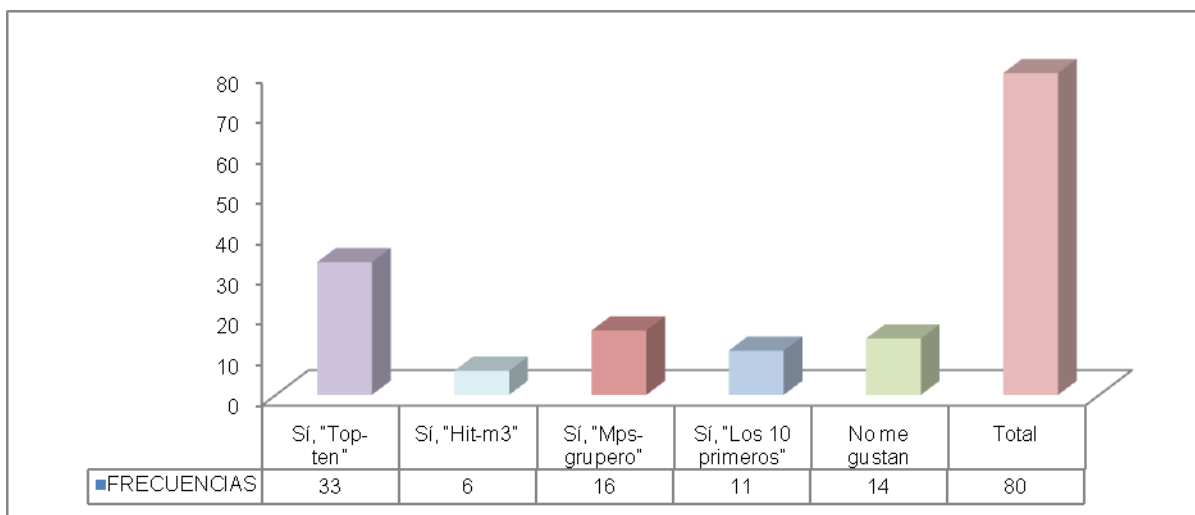


Al cuestionarles si el interés por los programas televisivos era igual que por los comerciales el 50% (40) dijo que no es el mismo interés el 33% (26) dijo que le son indiferentes los comerciales y solo el 17% (14) dijo que si le prestan el mismo interés a los programas y a los comerciales.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.15 se encuentra en la opción "No". La desviación estándar fue de .69 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Si".

24.- ¿Ves programas musicales? ¿Cuál (es)?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, "Top-ten"	33	41.3
2.-Sí, "Hit-m3"	6	7.5
3.-Sí, "Mps-grupero"	16	20.0
4.-Sí, "Los 10 primeros"	11	13.8
5.-No me gustan	14	17.5
Total	80	100.0

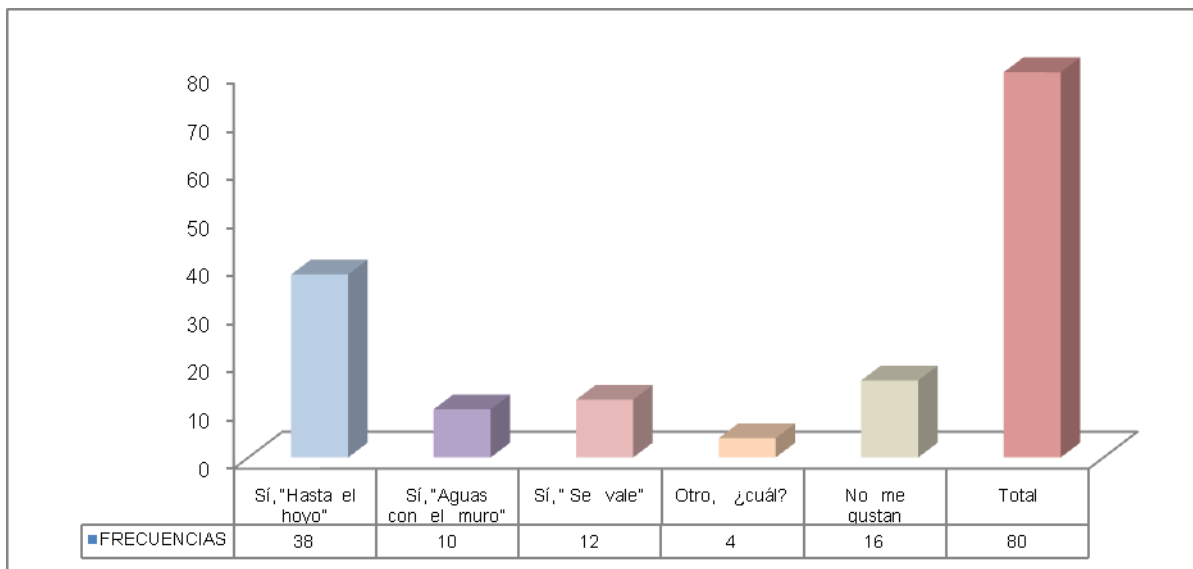


Otro género televisivo que ven los adolescentes son los programas musicales. El 41% (33) dijo ver "Top.ten", 20% (16) "Mps-grupero", 14% (11) "Los 10 primeros" y un 8% (6) dijo preferir "Hit.-m3". Un 18% (14) dijo no gustarle los programas musicales.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.59 que se encuentra entre las opciones "Hit-m3" y "Mps-grupero". La desviación estándar fue de 1.5 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Top-ten".

26.- ¿Te gusta ver los programas de concurso? ¿Cuál (es)?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Sí, "Hasta el hoyo"	38	47.5
2.-Sí, "Aguas con el muro"	10	12.5
3.-Sí, " Se vale"	12	15.0
4.-Otro, ¿cuál?	4	5.0
5.-No me gustan	16	20.0
Total	80	100.0



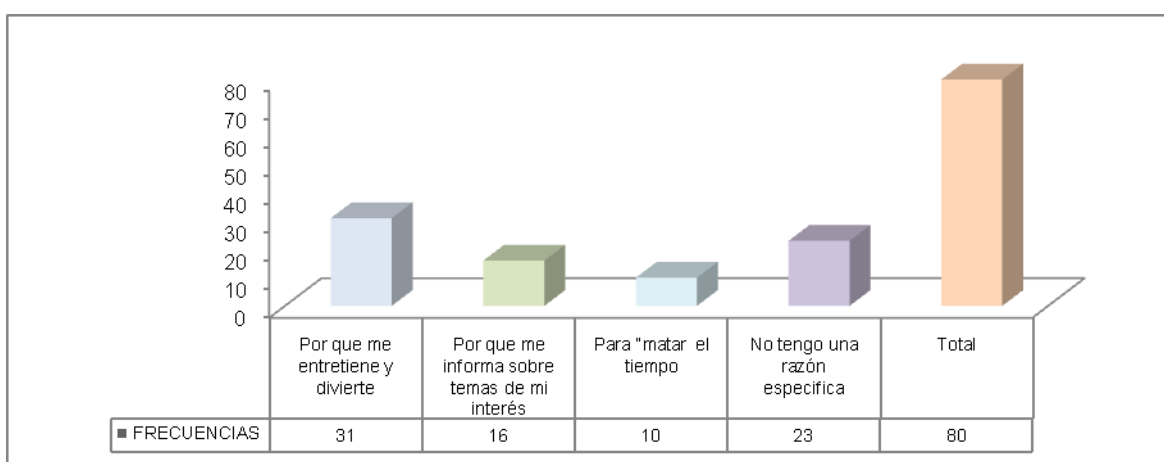
El orden de preferencias de los adolescentes que ven programas de concurso quedó de la siguiente manera; con el 48% (38) "Hasta el hoyo", con el 15% (12) los concursos de "Se vale", el 13% (10) fue para "Aguas con el muro" y otro mencionado con el 5% (4) de las preferencias fue "Asgard". El 20% (16) de los adolescentes dijo no gustarles los programas de concurso.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.38 que se encuentra en la opción "Aguas con el muro". La desviación estándar fue de 1.58 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Hasta el hoyo".

Área 3. Conocimiento sobre el porqué de las preferencias televisivas de los adolescentes

2.- ¿Por qué te gusta ver televisión?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Porque me entretiene y divierte	31	38.8
2.-Porque me informa sobre temas de mi interés	16	20.0
3.-Para "matar el tiempo"	10	12.5
4.-No tengo una razón específica	23	28.8
Total	80	100.0

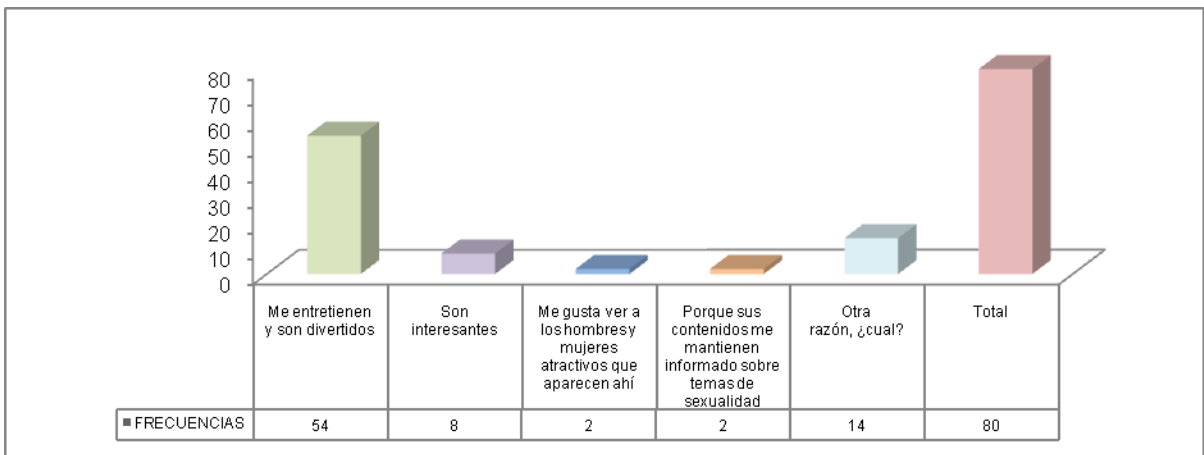


Cuando se les cuestiona a los adolescentes sobre el porqué veían televisión un 39% (31) dijo que lo hacían porque les entretiene y divierte, sin una razón específica, el 29% (23), mientras que la respuesta referente a que le informa temas de su interés obtuvo un 20% (16). Por último con el 13% (10) dijeron que la veían para "matar el tiempo".

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.31 que se encuentra en la opción "Porque me informa sobre temas de mi interés". La desviación estándar fue de 1.25 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Porque me entretiene y divierte".

9.- ¿Por qué te gusta ver ese programa de revista en particular?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Me entretienen y son divertidos	54	67.5
2.-Son interesantes	8	10.0
3.-Me gusta ver a los hombres y mujeres atractivos que aparecen ahí	2	2.5
4.-Porque sus contenidos me mantienen informado sobre temas de sexualidad	2	2.5
5.-Otra razón, ¿cual?	14	17.5
Total	80	100.0

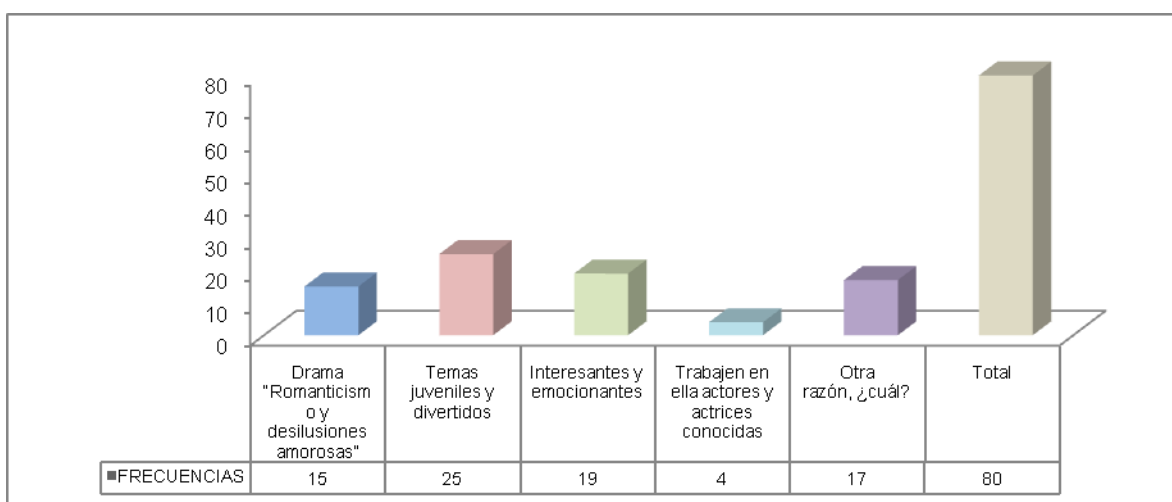


Las razones para ver programas de revista se dividieron de la siguiente manera: para entretenerse y divertirse el 68% (54), por interés un 10%(8) y con 3 % (2) porque hay hombres y mujeres atractivos y porque les informan sobre temas sexuales; otras razones como que les agrada los diferentes segmentos que pasan, y que no les gusta ocupa un 18% (14) de la frecuencia de respuesta.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 1.93 que se encuentra en la opción “Son interesantes”. La desviación estándar fue de 1.16 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Me entretienen y son divertidos”.

11.- ¿Qué tipo de contenidos debe de haber en una telenovela para que decidas verla?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Drama "Romanticismo y desilusiones amorosas"	15	18.8
2.-Temas juveniles y divertidos	25	31.3
3.-Interesantes y emocionantes	19	23.8
4.-Trabajen en ella actores y actrices conocidas	4	5.0
5.-Otra razón, ¿cuál?	17	21.3
Total	80	100.0

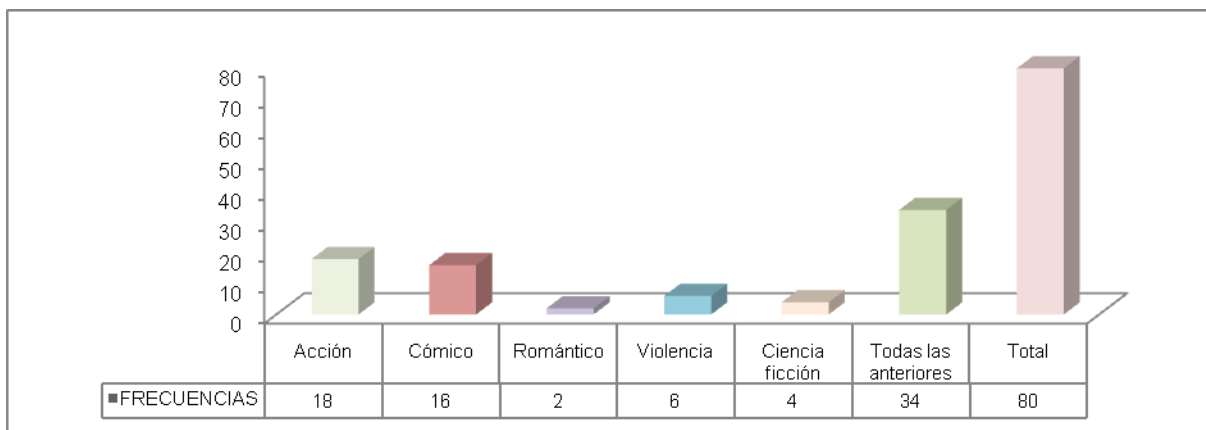


Los contenidos de lo que debe tratar una telenovela para ser vista por los adolescentes son: 31%(25) temas juveniles y divertidos, interesantes y emocionantes 24% (19) otra razón como personajes físicamente atractivos 21% (17), drama romanticismo y desilusiones amorosas siguió con el 19% (15) y por último que en ella trabajen actores y actrices conocidos 5% (4).

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.79 que se encuentra entre la opción "Temas juveniles y divertidos" e "Interesantes y emocionantes". La desviación estándar fue de 1.39 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción Drama "Romanticismo y desilusiones amorosas".

13.- ¿Qué tipo de género debe tener una serie para que la veas?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Acción	18	22.5
2.-Cómico	16	20.0
3.-Romántico	2	2.5
4.-Violencia	6	7.5
5.-Ciencia ficción	4	5.0
6.-Todas las anteriores	34	42.5
Total	80	100.0

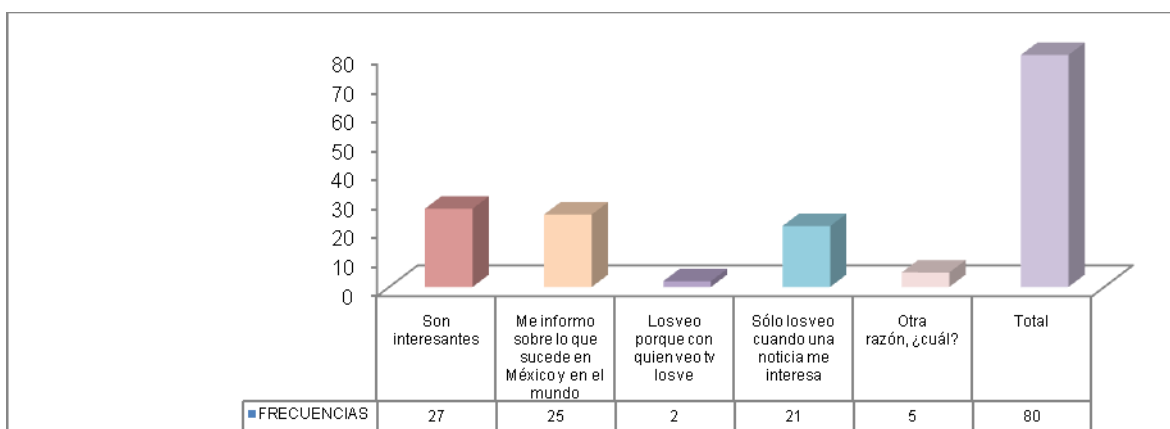


Los géneros que tiene una serie vista por los adolescentes que contestaron el cuestionario son: 23% (18) de acción, 20% (16) cómic, violencia 8% (6), ciencia ficción 5% (4) y románticas 3% (2), pero el mayor porcentaje se registró en todos los géneros anteriores con 43% (34).

La respuesta típica de los adolescentes fue de 3.80 que se encuentra entre la opción "Romántico" y "Violencia". La desviación estándar fue de 2.14 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción "Cómico".

18.- ¿Por qué te gusta ver los noticieros?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Son interesantes	27	33.8
2.-Me informo sobre lo que sucede en México y en el mundo	25	31.3
3.-Los veo porque con quien veo tv los ve	2	2.5
4.-Sólo los veo cuando una noticia me interesa	21	26.3
5.-Otra razón, ¿cuál?	5	6.3
Total	80	100.0

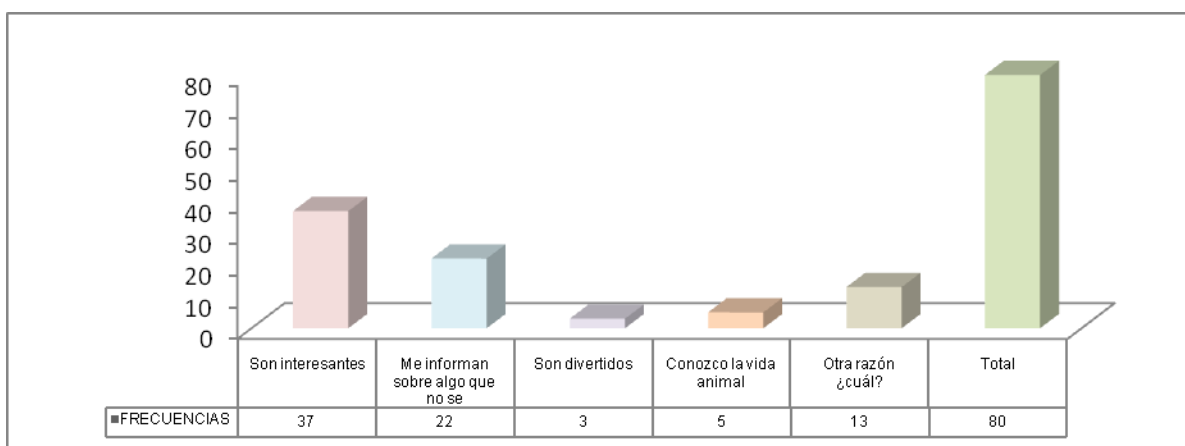


Los adolescentes ven noticieros porque los consideran interesantes 34% (27), para informarse sobre lo que sucede en México y el mundo 31% (25) y también, afirmaron en una proporción de 26% (21) verlos sólo cuando una noticia les interesa, el 6% (5) dijo en otra razón no gustarle los noticieros y el 3% (2) ven noticieros porque con quien están en ese momento lo hacen.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.40 que se encuentra entre la opción “Los veo porque con quien veo tv los ve” y “Sólo los veo cuando una noticia me interesa”. La desviación estándar fue de 1.35 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Son interesantes”.

20.- ¿Por qué te gusta ver ese tipo de documentales?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Son interesantes	37	46.3
2.-Me informan sobre algo que no se	22	27.5
3.-Son divertidos	3	3.8
4.-Conozco la vida animal	5	6.3
5.-Otra razón ¿cuál?	13	16.3
Total	80	100.0

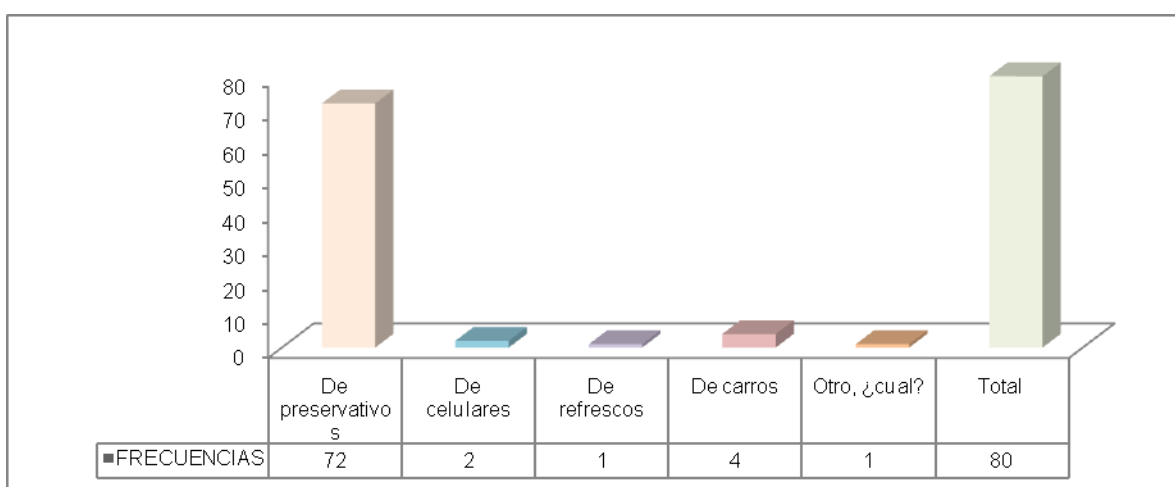


La razón predominante para que un adolescente vea documentales es porque consideran sus contenidos interesantes 46%(37), o bien porque les proporciona información que ellos no saben 28%(22), 16%(13) considero que otra razón para verlos es que son una fuente seria de información, conocer la vida animal 6%(5) y finalmente porque lo consideran divertido 4%(3).

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.19 que se encuentra en la opción “Me informan sobre algo que no se”. La desviación estándar fue de 1.48 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Son interesantes”.

22.- ¿Recuerdas algún comercial que haga alguna inferencia de tipo sexual en particular?
 ¿Cuál y por qué?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-De preservativos	72	90.0
2.-De celulares	2	2.5
3.-De refrescos	1	1.3
4.-De carros	4	5.0
5.-Otro, ¿cual?	1	1.3
Total	80	100.0

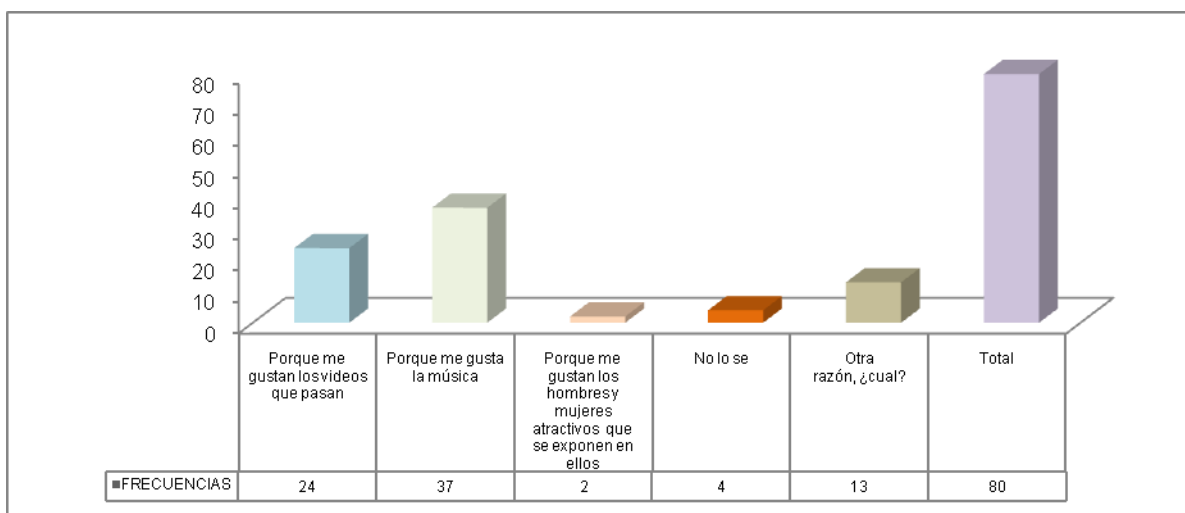


Al cuestionarle a los adolescentes sobre algún comercial en particular que hiciera alguna inferencia de tipo sexual el 90%(72) dijo que sí, y que el comercial era sobre preservativos, automóviles 5%(4), celulares 3%(2) y de refresco 1%(1).

La respuesta típica de los adolescentes fue de 1.25 que se encuentra en la opción “De preservativos”. La desviación estándar fue de .81 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “De preservativos”.

25.- ¿Por qué te gusta ver los programas musicales?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Porque me gustan los videos que pasan	24	30.0
2.-Porque me gusta la música	37	46.3
3.-Porque me gustan los hombres y mujeres atractivos que se exponen en ellos	2	2.5
4.-No lo se	4	5.0
5.-Otra razón, ¿cual?	13	16.3
Total	80	100.0

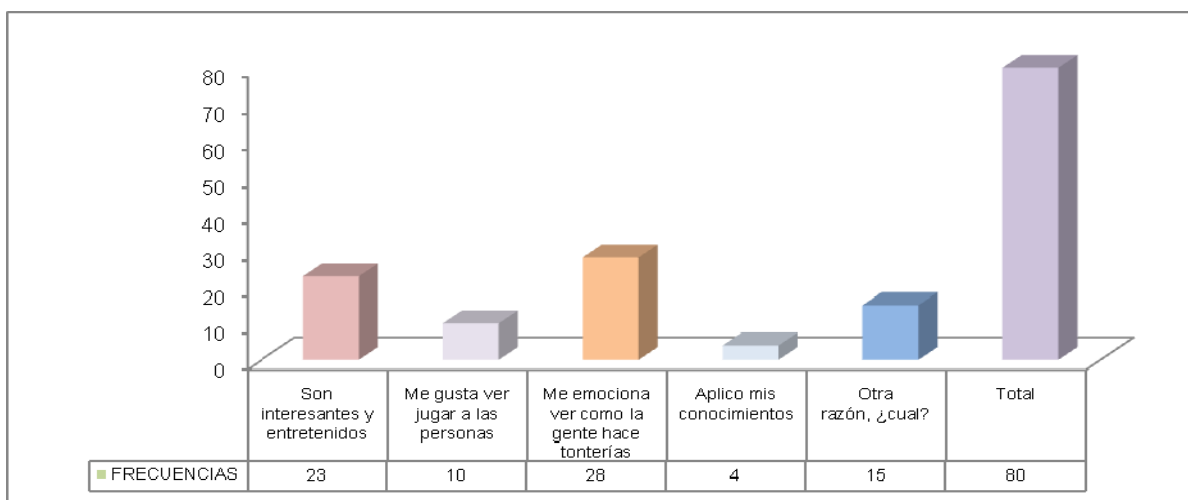


Los adolescentes ven programas musicales en un 46%(37) por que la música les gusta, un 30 %(24) por que le gustan los videos musicales, al 16%(13) contestó en otra opción que no le gusta este tipo de programas, el 5%(4) manifestó no tener una razón específica para verlos y el 3%(2) que los ve por los hombres y mujeres atractivos que ahí pasan.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.31 que se encuentra en la opción “Porque me gusta la música”. La desviación estándar fue 1.38 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Porque me gustan los videos que pasan”.

27.- ¿Por qué te gusta ver los programas de concurso?

Opciones de respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Son interesantes y entretenidos	23	28.8
2.-Me gusta ver jugar a las personas	10	12.5
3.-Me emociona ver cómo la gente hace tonterías	28	35.0
4.-Aplico mis conocimientos	4	5.0
5.-Otra razón, ¿cuál?	15	18.8
Total	80	100.0

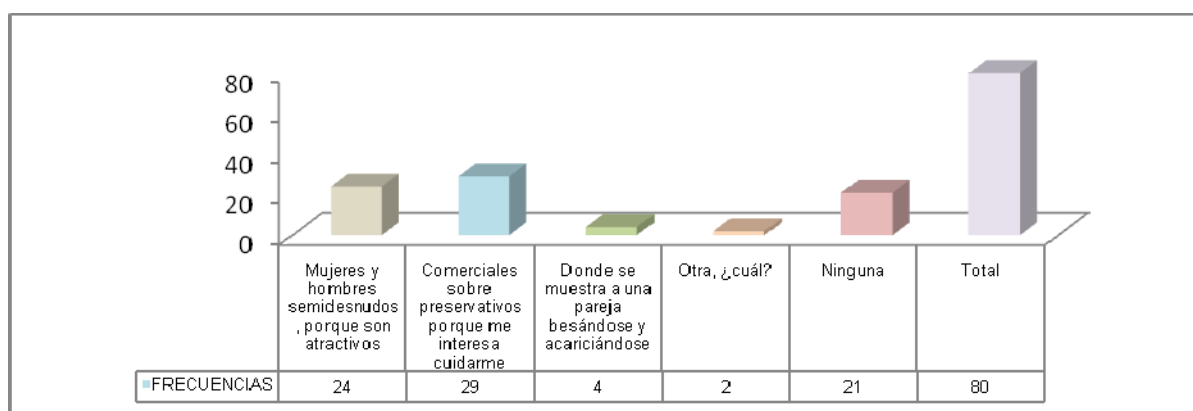


Los programas de concurso son vistos porque: a los adolescentes les emociona ver cómo la gente hace tonterías 35%(28), por considerar interesantes y entretenidos los programas de concurso 29%(23), porque les gusta ver jugar a las personas 13%(10), 19%(15) dijo no gustarle verlos y el resto 5%(4) por aplicar sus conocimientos.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.73 que se encuentra entre la opción “Me gusta ver jugar a las personas” y “Me emociona ver cómo la gente hace tonterías”. La desviación estándar fue de 1.42 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Son interesantes y emocionantes”.

28.- ¿Qué tipo de imágenes con contenido sexual que ves en la televisión llaman tu atención? ¿Por qué?

Opciones de la respuesta	Frecuencias	Porcentaje
1.-Mujeres y hombres semidesnudos, porque son atractivos	24	30.0
2.-Comerciales sobre preservativos porque me interesa cuidarme	29	36.3
3.-Donde se muestra a una pareja besándose y acariciándose	4	5.0
4.-Otra, ¿cuál?	2	2.5
5.-Ninguna	21	26.3
Total	80	100.0



La última pregunta del área que se les cuestionó a los adolescentes sobre cuáles son las imágenes con contenido sexual que pasan en televisión y que llaman su atención y contestaron en 36%(29) que las imágenes de comerciales sobre preservativos porque les interesa cuidarse, hombres y mujeres semidesnudos 30%(24) por considerarlos atractivos el 5%(4) dijo que a una pareja besándose y acariciándose, el 3%(2) dijeron que las imágenes de sexo implícitas, y el 26%(21) dijo que ninguna imagen de este tipo les interesaba.

La respuesta típica de los adolescentes fue de 2.59 que se encuentra entre la opción “Comerciales sobre preservativos porque me interesa cuidarme” y “Donde se muestra a una pareja besándose y acariciándose”. La desviación estándar fue de 1.58 mostrando una inclinación de la respuesta típica por parte de los adolescentes hacia la opción “Mujeres y hombres semidesnudos, porque son atractivos”.

4.4 Resultados generales del instrumento

Tomando en cuenta el análisis de frecuencias realizado, los adolescentes que participaron en la investigación manifestaron que les agrada ver la televisión, y que lo hacen porque les entretiene y divierte, y que por tanto no sienten a la televisión como un medio de comunicación que les influye, puesto que ellos controlan lo que ven.

El programa televisivo más visto por éstos adolescentes son las series de todo género, sobre todo “La ley y el orden UVE” y “Drake y Josh”, seguido los documentales, películas, musicales, programas de concurso y de revista, caricaturas y telenovelas. El tipo de programa televisivo menos visto, son los noticiarios, pues refieren verlos cuando les interesa saber algo, o bien porque la persona con quien ven televisión lo hace, pero no por convicción propia.

Los programas en donde los adolescentes de ésta investigación perciben que tratan temas sobre sexualidad son los documentales, especializados en ese tema, seguidos de películas y programas de revista, les atribuyen connotaciones de sexualidad porque “los personajes que aparecen en estos programas hablan sobre sexualidad”, o bien, “hay escenas de relaciones sexuales”. La opinión que tienen sobre este tipo de programas es positiva, ya que los conciben como informativos de su sexualidad en temas como la prevención de enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados. Sin embargo, existe una contradicción manifiesta cuando expresan que perciben que los contenidos televisivos tratan más sobre otros temas, que de sexualidad propiamente.

Cuando desean obtener información en la televisión sobre sexualidad, recurren en primera instancia a los documentales, pues los consideran una fuente más confiable y seria, le siguen las películas y los programas de revista.

En cuanto a los comerciales, los adolescentes manifiestan que sí tienen muchas insinuaciones sexuales, pero que es porque “tienen fines informativos para prevenir enfermedades de transmisión sexual”. Los comerciales más recordados sobre alguna inferencia sexual son los de preservativos, y en una menor medida reconocen a los que sólo muestran el atractivo físico de hombres y mujeres, ya que mencionan que estos les son presentados de manera subliminal.

Resulta importante resaltar a una minoría de adolescentes que participaron en esta investigación, a quienes les desagradan los contenidos sexuales que se manejan en

televisión, ya que los consideran morbosos por los mensajes subliminales que manejan, que pasa a cualquier hora y que por ello todo el público que ve televisión tiene acceso a él.

Por último, los adolescentes le atribuyen de manera regular a la televisión la información sexual que saben.

Considerando las respuestas típicas de los adolescentes: cuando se les cuestionó sobre si les gustaba ver la televisión, sus respuestas fueron sí y más o menos, y que lo hacían porque les informaba sobre temas de su interés.

Los programas que perciben que tratan temas sobre sexualidad son las películas y los noticiarios, mencionan que este tipo de programas con contenido sexual porque presentan escenas de relaciones sexuales y los personajes hablan de sexo. Opinan que los programas transmitidos en televisión con contenido de tipo sexual son malos porque no explican nada de sexualidad.

En cuanto a los comerciales, los adolescentes manifiestan que se hacen en ellos muchas insinuaciones en temas sobre sexualidad, porque manejan mensajes subliminales. Sobre el comercial que recuerdan, que hace inferencia de tipo sexual es el de preservativos, haciendo hincapié que lo recuerdan porque les interesa cuidarse, es decir, lo ven como una promoción de métodos anticonceptivos.

Cuando se les cuestionó sobre si hay algo que les desagrade de la manera en que la televisión transmite contenidos referentes a sexualidad, las opiniones se dividieron en; sí, porque transmiten los contenidos a manera de morbo y otros opinaron no, porque los mantienen informados sobre sexualidad. Por último, cuando se les cuestionó, hasta qué punto le atribuirían a la televisión la información sexual que saben, opinaron que casi toda y regular la información que saben.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

5.1 Discusión

La televisión mexicana fue percibida por los adolescentes que participaron en esta investigación como un medio muy visto, como hace mención Orozco (2001) “La televisión es el medio de comunicación con mayor popularidad y penetración en la población mexicana”.

La razón predominante por la cual un adolescente ve televisión es porque busca entretenimiento y diversión, manifiestan que la televisión no les influye porque ellos controlan lo que ven. Esta afirmación de los adolescentes contrasta y refuerza a la vez lo sustentado por Ferrés, (1996), el cual menciona que cuando un persona ve televisión no tiene plena libertad y control, pues la televisión influye más desde la emoción que desde la razón, y que quien observa la televisión desconoce los mecanismos emotivos bajo los cuales se rige la programación televisiva.

El programa más visto por los adolescentes de nuestra investigación son las series en todos sus géneros (cómico, acción, romántico, violencia, ciencia ficción, etc.). Las series como su definición lo explica, son películas hechas en varios capítulos para la televisión. Y en efecto como lo manifiestan los adolescentes que participaron en esta investigación un éxito especial en este género han sido las dedicadas a adolescentes y jóvenes, generalmente van acompañados de una industria paralela al consumismo de objetos. Una característica de las series es que su contenido por lo general muestra un modelo único de sociedad que excluye a lo contrario, lo cual constituye un riesgo porque si éste es el género televisivo más visto por los adolescentes, ¿qué tipo de sociedad percibe el adolescente mexicano?, esta interrogante se agrava más si tomamos en cuenta que las series que actualmente se transmiten en televisión son extranjeras, en especial de los Estados Unidos, o bien, las que se hacen en México son adaptaciones de historias con argumentos extranjeros.

Los adolescentes que participaron en esta investigación conciben que un contenido televisivo referente a sexualidad es cuando los personajes hacen alguna inferencia de tipo verbal sobre sexualidad lo cual coincide lo dicho por Ferrés (1996) “Se tiende a considerar que lo que más influye de la televisión son los discursos, mientras que la televisión influye sobre todo desde los relatos”.

Sin embargo, no sólo se hacen inferencias sexuales en los relatos televisivos, las inferencias sexuales que se hacen en televisión incluyen escenas de relaciones sexuales, insinuaciones visuales del atractivo físico de una mujer en especial, pero también de hombres, caricias, besos, infidelidades, sexo a temprana edad y prematrimonial, homosexualidad, no se habla de métodos anticonceptivos como previsores de enfermedades de transmisión sexual y embarazos, sino sólo con el fin de venderlos. (Crespo, 2005). Y los adolescentes de esta investigación no niegan estos tipos de contenidos, pero tampoco le da el peso que tienen porque actúan en su inconsciente, Crovi (2000) refuerza lo dicho anteriormente pues dice “La televisión tiene un papel predominante en el desarrollo humano, con diferentes propósitos, su uso le da a los adolescentes acceso a temas de salud y de sexualidad con un tratamiento en su abordaje que induce a muchas dudas y sospechas sobre la presentación y calidad del mensaje, no así sobre su importancia en el desarrollo del adolescente”. Es decir, destaquemos el hecho de que los adolescentes no son conscientes en su mayoría de que en la televisión hay muchas inferencias sobre sexualidad, mucho más de las que ellos aceptan captar. En efecto, el problema radica en que sí hay un impacto en su desarrollo, lo grave es la inconsciencia de los adolescentes a este hecho.

Conocer la percepción de los adolescentes sobre los contenidos sexuales que le transmite la televisión, nos han permitido comprender que en efecto existe una contradicción en cuanto a los efectos de la televisión sobre ellos. El impacto televisivo es más profundo de lo que los adolescentes pueden percibir, y que a pesar de que ellos decidan qué ver, no tienen control sobre lo que la televisión les quiere transmitir y que hagan suyo. Esta investigación tan sólo es una primera aproximación, porque el tema de los medios de comunicación, su influencia y el desarrollo sexual de los adolescentes tienen muchos matices más a tomar en cuenta.

Por desgracia para la presente investigación, no se encontraron investigaciones mexicanas en donde el objeto de estudio fuera la influencia de la televisión en la percepción o en actitudes que sobre sexualidad puede tener una persona. A falta de investigaciones mexicanas se tuvo que elaborar un cuestionario como instrumento, con base en dos investigaciones cuyos temas se acercaban a los objetivos de la presente investigación.

Es importante recalcar que el cuestionario fue cerrado en sus respuestas con base en dos piloteos, lo cual le confiere dos situaciones que deben de estar presentes, en primer lugar que la gama de respuestas pudiesen haber sido más amplia, pero sólo se captaron los que los adolescentes que participaron en los piloteos propusieron como respuestas, y que en

segundo término el cuestionario es temporal, puesto que la programación televisiva mexicana es cambiante en cuanto a horarios y en cuanto a contenidos.

Por último, se pensó que una situación que afectaría a esta investigación, sería que los adolescentes que participaron en ella asisten a la escuela en el turno vespertino, y que con ello, no sería tomada en cuenta toda la programación de la televisión, en especial la vespertina, pero contrariamente a esta concepción, los adolescentes revelaron que la influencia de la televisión es tanta que aunque asistan a la escuela en el turno vespertino sí tienen conocimiento de los programas que en este horario se transmiten.

5.2 Conclusión

Si la sexualidad es una parte esencial del ser humano, ésta debe verse de manera natural y positiva, evitando los prejuicios sobre este tema, y esto sólo se logrará creando percepciones reales y sanas de la sexualidad, en especial para los adolescentes quienes se encuentran en pleno desarrollo de su identidad sexual. Aunado a esto y sin ninguna duda, gracias a la presente investigación nos queda claro que los medios masivos de comunicación, en este caso la televisión, juegan un papel importante en la transmisión de ideas, percepciones y actitudes sobre sexualidad en los adolescentes de nuestra investigación, sin embargo muchas veces presentan situaciones que no corresponden a la realidad del medio social en el que vivimos, o peor aún son de contextos culturales diferentes a los de la población receptora. Esta situación, lejos de brindar información responsable y aclarar dudas a los adolescentes, sólo les generan interrogantes que, en la mayoría de los casos, no son resueltas o les hacen creer una realidad donde la responsabilidad, valores y normas sociales pueden ser modificadas sin que haya consecuencias.

En la presente investigación se pudo constatar la influencia que ejerce la televisión como medio de comunicación en la adolescencia mexicana, la cual busca respuestas que retroalimenten su proceso de desarrollo al medio sociocultural en el que habitan, alcanzando un desarrollo sexual que lo denomine como persona.

La programación transmitida por la televisión mexicana en su gran mayoría se ocupa sólo de vender una imagen a los adolescentes de que el atractivo físico de una mujer o de un hombre es sólo lo que importa de ellos, que se pueden tener relaciones sexuales con quien sea, sin protección, sin consecuencias, que formar una familia en el tiempo y momento

adecuado no importa, que usar preservativos es con el fin de tener mejores relaciones sexuales y, no de cuidarse de enfermedades de transmisión sexual y de planear el mejor momento para tener hijos, entre otras muchas situaciones y temas de sexualidad. Resulta imprescindible que comprendamos que no vamos a poder eliminar de la televisión estos contenidos, porque estos contenidos son los que ejercen control y manipulación hacia las personas, lo que los lleva a consumir, no a juzgar ni reflexionar sobre su medio, sobre su realidad.

Por ello y antes de juzgar como buenos o malos los programas producidos por la televisión, debemos apostar por proporcionar a los adolescentes una educación sexual de calidad que tenga como características principales ser: integral, reflexiva, orientadora y preventiva de riesgos. Dentro del marco educativo, tenemos que tener presente el impacto de la televisión en la percepción sobre sexualidad del adolescente. Si bien es cierto que no todo lo que ven los adolescentes en su programación preferida les influye, es importante tomar en cuenta que el desarrollo cognitivo en que se encuentran no les permite ver de manera crítica y reflexiva sus programas preferidos. Es justamente aquí en donde nosotras como psicólogas educativas, con la ayuda de profesores y padres de familia debemos tener un rol más activo en la conformación de la sexualidad de los adolescentes, interesándonos en lo que ven en la televisión, haciendo un análisis sobre los programas que prefieren ver, ya que estos tienen más probabilidades de ejercer una mayor influencia en sus actitudes, opiniones y percepciones por su carácter de influir desde las emociones, lo cual los hace contenidos subliminales. Por ello resulta importante buscar suficientes herramientas que les brinden la base de conocimiento de una sexualidad que se ve influida desde la televisión, y que así logren ver críticamente sus programas preferidos, dándoles autonomía para lo que prefieran ver, ya que no se trata de imponer la programación que ven, sino de que aprendan a ser reflexivos sobre lo que observan en televisión. Cuando los adolescentes decidan asertivamente lo que les conviene o no de lo que ven en televisión, estaremos haciendo posible una educación integral para ellos.

REFERENCIAS

- Bandura, A., (1987). *Teoría del aprendizaje social*. Espasa-Calpe. Madrid, España. pp.38-46.
- Bleger y coll., (1973). *La identidad en el adolescente*. Ed. Paidós- Asappia, Buenos Aires.
- Blos, Peter (1971) *Psicoanálisis de la adolescencia*. Ed. J. Mortiz, México.
- Coleman, C.J.(1987) *Psicología de la adolescencia*. 2da. Edición, Ed. Morata Madrid, España. pp. 166-174.
- Collignon G., M., M., y cols. (2003) *Medios y salud: la voz de los adolescentes*. Disponible en red: <http://www.paho.org/spanish/AD/FCH/CA/vozAdolescentes.pdf>. Fecha de revisión: 15 de mayo de 2007.
- CONAPO. (1986) "Educación de la Sexualidad Humana" en: *Individuo y sexualidad*. CONAPO, México.
- Corella, L. G. (1973) *La educación sexual de nuestros hijos*. Ed. Delher, México. pp. 21
- Corominas, I. C. A. (1999) *Modelos y medios de comunicación de masas: propuestas educativas en educación*. Ed. Desclée de Broker, Bilbao España.
- Coronado R., E., A., (2005) *Audiencias jóvenes y prácticas sexuales*. Tesis de maestría para obtener el título en comunicación. Universidad Jesuita de Guadalajara. Tlaquepaque Jalisco. Tesis disponible en red: <http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browsegid=4627>. Fecha de revisión: 10 de mayo de 2008.
- Crespo, M. (2005) *Mensajes y modelos televisivos para los adolescentes: estudio base para un análisis sistemático del contenido sexual de series en televisión*. Revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales. No. 3. pp. 187-214. Revista en línea disponible en red: www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.downloadatt.action?id=1590805671. Fecha de revisión: 25 de enero de 2009.
- Crovi, D. (2000). *Mediaciones e Identidad en las Audiencias jóvenes de México*. Reunión Anual de la International Communication Association. México.
- De Fleur y Ball Rokeach,. (1989). *Teoría de la comunicación de masas*. Paidos, España.
- Doring H, M, T. (2000). *El mexicano ante la sexualidad*. Fontamara. México. Pp.25
- Encuestas Nacionales del Instituto Mexicano de la Juventud IMJUVE (2005). <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/investigación/encuesta.html>. Disponible en red. 21 de marzo 2008.
- Ericsson, E. (1978) *Sociedad y adolescencia*. Ed. Siglo XXI, México.

- Fernández Ham y Ereneld. (2000), La generación joven al principio del siglo XXI, en *Encuesta Nacional de la juventud 2000, Jóvenes mexicanos del siglo XXI*, Secretaría de Educación Pública, Instituto Mexicano de la Juventud, México.
- Ferrés, J. (1996). *Televisión subliminal: socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Paidós. Barcelona, España. pp. 15-73.
- Forgus y Relamed (1989). *Percepción: estudio del desarrollo cognitivo*. Trillas, México. pp. 9-16.
- González N. J. De J. (2005). *Psicología de lo Masculino*. Instituto Politécnico Nacional. México. Pp. 19, 24,27.
- <http://educacomunica.iespana.es/origen%20y%20desarrollo%20del%20tema.htm>. Disponible en red. Fecha de revisión: 27 de septiembre de 2009.
- <http://influencia-de-la-publicidad-en-el-comportamiento-sexual.html>. Disponible en red. Fecha de revisión: 3 de diciembre de 2007.
- Hurlock, Elizabeth B. (1997) *Psicología de la adolescencia*. Paidós. España.
- J. Jaccard, P. J. Dittus, and V. V. Gordon, *Parent-Teen Communication about Premarital Sex: Factors Associated with the Extent of Communication*, Journal of Adolescent Research, 2000, vol. 15, no. 2. Estados Unidos.
- Kagelman, J. y Wenninger, G. (1986) *Psicología de los medios de comunicación*. Ed. Herder. Barcelona.
- Lazarsfeld y Merton (1977) *La comunicación de masas*. Centro editor de América Latina. Buenos Aires.
- Monroy citado en: Carneiro Leal. (1970). *Adolescencia. Sus problemas y su Educación*. México. Pp.76, 101.
- Montero R., Y. (2006). *Televisión, Valores y Adolescencia*. Gredisa, Barcelona.
- Orozco, G. G. (2001), *Televisión, audiencias y educación*. Norma, Colombia.
- Piaget, J. (1977). *Seis estudios de psicología.*, Ed. Seix Barral, México.
- Pick, S., y López A. L. (1990). *¿Cómo investigar en ciencias sociales?*. Trillas. México. pp.24-47.
- Postman, L. (1974). *Percepción y aprendizaje*. Nueva edición. Buenos Aires, Argentina. Pp. 27-28.
- Puig Rovira Josep María (1996). *La construcción de la personalidad moral*. Paidós Barcelona, España.

Sevillano M.L. (1998) *Nuevas tecnologías, medios de comunicación y educación*. Editorial CCS Barcelona.

Sprinthall A., Sprinthall C., Oja N. (1996). *Psicología de la educación: una aproximación desde el desarrollo*. Madrid, España. Mc Graw-Hill Interamericana.

Zillmann, D. y Bryant, J. (1996). El Entretenimiento como Efecto de los Medios. *En Los Efectos de los Medios de Comunicación: Investigaciones y Teorías*. Editores: Bryant, J. y Zillmann, D. Paidós. Barcelona, España. pp. 80.

ANEXOS

VERSIÓN EXPERIMENTAL DEL CUESTIONARIO SEMICERRADO “ACCESOS, USOS, INFORMACIÓN SOBRE SALUD, SEXUALIDAD Y VIH, PERCEPCIONES Y USOS DE LA INFORMACIÓN SOBRE SALUD”

Televisión

1. ¿Ves televisión?

Sí _____

No _____

2. De lunes a viernes, ¿cuánto tiempo **AL DIA** dedicas aproximadamente a ver televisión?

1. No veo televisión de lunes a viernes _____

2. De 0 a media hora _____

3. De media a 1 hora _____

4. De 1 a 2 horas _____

5. De 2 a 3 horas _____

6. Más de 3 horas _____

3. De lunes a viernes, ¿a qué horas ves televisión?

1. Entre 6 y 8 a.m. _____

2. Entre 8 y 10 a.m. _____

3. Entre 10 y 12 a.m. _____

4. Entre 12 a.m. y 2 p.m. _____

5. Entre 2 y 4 p.m. _____

6. Entre 4 y 6 p.m. _____

7. Entre 6 y 8 p.m. _____

8. Entre 8 y 10 p.m. _____

9. Entre 10 y 12 p.m. _____

10. En la madrugada _____

4. ¿Con quién ves televisión de lunes a viernes?

1. Solo(a) _____

2. Mamá _____

3. Papá _____

4. Familiares _____

5. Padrastro / Madrastra _____

6. Amigo / Compañero _____

7. Pareja _____

8. Niñera / Empleada doméstica _____

5. Durante el fin de semana (sábado-domingo), ¿cuánto tiempo **AL DÍA** dedicas aproximadamente a ver televisión?

1. No veo televisión el fin de semana _____

2. De 0 a media hora _____

3. De media a 1 hora _____

4. De 1 a 2 horas _____

5. De 2 a 3 horas _____

6. Más de 3 horas _____

6. Los fines de semana (sábado y domingo), ¿a qué horas ves televisión?

1. Entre 6 y 8 a.m. _____
2. Entre 8 y 10 a.m. _____
3. Entre 10 y 12 a.m. _____
4. Entre 12 a.m. y 2 p.m. _____
5. Entre 2 y 4 p.m. _____
6. Entre 4 y 6 p.m. _____
7. Entre 6 y 8 p.m. _____
8. Entre 8 y 10 p.m. _____
9. Entre 10 y 12 p.m. _____
10. En la madrugada _____

7. ¿Con quién ves televisión durante el fin de semana (sábado-domingo)?

1. Solo(a) _____
2. Mamá _____
3. Papá _____
4. Familiares _____
5. Padrastro / Madrastra _____
6. Amigo / Compañero _____
7. Pareja _____
8. Niñera / Empleada doméstica _____

8. La última vez que viste televisión (hace unas horas, anoche, ayer), lo hiciste:

1. Solo _____
2. Con otras personas en casa _____
3. Con otras personas fuera de casa _____
4. No recuerdo _____

9. La última vez que viste televisión lo hiciste:

1. En tu cuarto _____
2. En la sala _____
3. En el cuarto de tus padres _____
4. En el cuarto de tu(s) hermanos(as) _____
5. En la cocina _____
6. En el comedor _____

10. ¿Con qué frecuencia está la televisión encendida en tu casa (aun si nadie está mirándola)?

1. La mayor parte del tiempo _____
2. Algunas veces _____
3. Muy pocas veces _____
4. Nunca _____

11. ¿Qué tipo de programas ves normalmente en la televisión? Puedes marcar más de 1

1. Películas _____
2. Telenovelas _____
3. Noticias _____
4. Deportes _____
5. Humor _____

6. Tiras cómicas _____
7. Documentales _____
8. Educativos _____
9. Musicales _____
10. De concurso _____
11. Sexo _____

12. ¿Cuál fue el último programa que viste en la televisión?

13. Normalmente la decisión sobre qué programa ver en la televisión la toma:

1. Yo escojo el programa _____
2. Mamá _____
3. Papá _____
4. Familiares _____
5. Padrastro / Madrastra _____
6. Amigo / Compañero _____
7. Pareja _____
8. Niñera / Empleada doméstica _____
8. Mutuo Acuerdo _____

14. Normalmente, ¿quién maneja el control remoto en tu casa?

1. Yo _____
2. Mamá _____
3. Papá _____
4. Familiares _____
5. Padrastro / Madrastra _____
6. Amigo / Compañero _____
7. Pareja _____
8. Niñera / Empleada doméstica _____

Conocimiento

15. Señala tres métodos anticonceptivos sobre los cuales tienes conocimiento.

1. _____
2. _____
3. _____

16. Señala tres métodos de protección contra ITS y VIH/SIDA.

1. _____
2. _____
3. _____

Actitudes

17. Cuando se tienen relaciones sexuales, ¿es necesario usar preservativos?

1. Siempre _____
2. Casi siempre _____
3. Algunas veces _____
4. Casi nunca _____
5. Nunca _____

18. Independientemente de si has tenido relaciones sexuales o no, con respecto a tu sexualidad te sientes:

1. Muy satisfecho _____
2. Satisfecho _____
3. Insatisfecho _____
4. Muy insatisfecho _____

Prácticas

19. ¿Has tenido relaciones sexuales (cóitales) en algún momento?

1. Sí _____
2. No _____

20. Esa primera relación fue por:

1. Curiosidad _____
2. Amor _____
3. Presión de amigos(as) _____
4. Presión del novio(a) _____
5. Por dinero _____
6. Para que alguien me quisiera _____
7. Para experimentar _____

21. Esa primera relación la calificarías como:

1. Muy agradable _____
2. Agradable _____
3. Desagradable _____
4. Muy desagradable _____

22. ¿A qué edad tuviste tu primera relación sexual?

1. Entre 9 y 12 años _____
2. Entre 13 y 16 años _____
3. Entre 17 y 19 años _____

23. ¿Con quién tuviste tu primera relación sexual?

1. Novio(a) _____
2. Amigo(a) _____
3. Esposo(a) _____
4. Pareja _____
3. Desconocido(a) _____

24. Después de esa primera vez, ¿has tenido otras relaciones sexuales?

1. Sí _____
2. No _____

25. ¿Usaste algún método anticonceptivo o de protección durante esa primera relación sexual?

1. Sí _____
2. No _____

26. ¿Qué método usaste?

27. ¿Utilizas algún método anticonceptivo o de protección de manera regular?

1. Sí _____
2. No _____

¿Cuál? _____

28. ¿A qué edad empezaste a usar algún método anticonceptivo o de protección?

1. Entre 9 y 12 años _____
2. Entre 13 y 16 años _____
3. Entre 17 y 19 años _____

29. ¿Cuántos compañeros(as) sexuales has tenido durante el último año?

1. Uno _____
2. de 2 a 3 _____
3. 4 o más _____

30. ¿Con qué frecuencia tienes relaciones sexuales (últimos tres meses)?

1. Una vez al mes _____
2. Dos o tres veces al mes _____
3. Una vez por semana _____
4. Dos o tres veces por semana _____
5. No he tenido relaciones en los últimos tres meses _____

31. La última vez que tuviste relaciones sexuales, ¿utilizaste algún método de protección?

1. Sí _____
2. No _____

32. Si la respuesta es sí, ¿cuál?

33. ¿Por qué no has tenido relaciones sexuales?

1. Por miedo al SIDA o a las ITS _____
2. Por miedo al embarazo _____
3. Porque no he tenido oportunidad _____
4. Porque quiero llegar virgen al matrimonio _____
5. Espero a la pareja ideal _____
6. Por la influencia de mis padres _____

Escala elaborada por: Organización Panamericana de la Salud
Sin validación, estudio de intervención sobre la salud y el uso de medios de información en los adolescentes de América Latina.

**VERSIÓN EXPERIMENTAL DEL CUESTIONARIO ABIERTO SOBRE AUDIENCIAS
JÓVENES Y PRÁCTICAS SEXUALES**

Televisión

1. ¿Cuántas horas ves televisión?
2. ¿Te gusta ver televisión?
3. ¿Cuáles son los programas que más ves?
4. ¿Te gusta ver la televisión acompañado de alguien?, ¿De quién?
5. ¿Te gustan las telenovelas?
6. ¿Cuáles te gusta ver? ¿Las consideras aptas para adolescentes?
7. ¿De qué trata esa telenovela?
8. ¿Crees que la telenovela aborda temas referentes a la sexualidad?
9. ¿Cuáles son tus personajes favoritos dentro de la telenovela? ¿Por qué?
10. ¿Qué opinión te merecen las telenovelas dirigidas a los jóvenes?
11. ¿Consideras que se traten temas de interés en las telenovelas juveniles? Si es así, ¿cuáles?
12. ¿Te gustan las series? ¿Cuáles?
13. ¿Te gusta ver películas? ¿Cuáles?
14. ¿Te gusta ver caricaturas? ¿Cuáles?

Adolescentes

15. ¿Qué es ser adolescente?
16. ¿Qué son los adolescentes?
17. ¿Quién dice que debe ser un adolescente?
18. ¿Cómo sabes que es ser un adolescente?
19. ¿Cómo crees que representan a los adolescentes en la televisión?
20. ¿Cómo crees que representan a los adolescentes en las telenovelas?

Género

21. ¿Qué es ser un hombre/mujer?
22. ¿Crees que hay tipos de hombres/mujeres? Si es así, ¿cuáles?
23. ¿Quién dice que es un hombre/mujer?
24. ¿Cómo sabes que es un hombre/mujer?
25. ¿Qué son las relaciones entre hombres y mujeres?
26. ¿Cómo son las relaciones entre hombres y mujeres?

SABERES	PRÁCTICAS
<p>SEXUALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué entiendes por sexualidad? • ¿Cómo haz llegado a esa concepción? • ¿Dónde te informas sobre sexualidad? • ¿Quién dice que debe ser la sexualidad? • ¿Con quien hablas sobre sexo? • Fuentes de información sobre sexualidad • Cuáles son los temas que te parecen de más importancia sobre sexualidad • ¿Haz escuchado o visto en la televisión temas de sexualidad? ¿En dónde? <p>RELACIONES SEXUALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son para ti las Relaciones sexuales? • ¿Cómo llegaste a esa conclusión? • ¿Crees que alguien puede regular las relaciones sexuales? <p>ANTICONCEPTIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son los anticonceptivos? • ¿Cuáles conocen? • ¿Qué relación hay entre las relaciones sexuales y los hijos? • ¿Tiene alguna relación el cuerpo con la sexualidad? • ¿Quién debe iniciar las relaciones sexuales? • ¿Por qué? 	<p>¿Qué papel juegan tus papás en lo que sabes sobre sexualidad?</p> <p>¿Qué importancia tiene para ti la sexualidad?</p> <p>¿Qué imágenes recuerdas haber visto en televisión al respecto? ¿Las practicas? ¿Cómo decidir tener o no relaciones sexuales? ¿Qué significado e importancia tienen para ti las relaciones sexuales?</p> <p>¿Los haz utilizado? ¿Qué opinas de la píldora del día siguiente? ¿Qué opinas del uso del preservativo? ¿Tendrías relaciones sexuales?</p>

<p>NOVIAZGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es para ti el noviazgo? • ¿Cómo llegaste a esa conclusión? • ¿Con quien hablas sobre el noviazgo? • ¿Qué tan importante es el noviazgo? • ¿Qué relación piensas que hay entre el noviazgo y el enamoramiento? • ¿Puede el enamoramiento ser placentero? 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Tienes novio/a? ¿Qué buscas en el noviazgo? ¿Cómo son para ti las relaciones entre hombres y mujeres en el noviazgo? ¿Qué significa tener novio/a para ti? ¿Te da algún valor tener novio/a, cómo te hace sentir? ¿Te interesa enamorarte? ¿Piensas que el sexo coincide con el noviazgo?
--	--

PARA OBSERVAR

- El tiempo que tardan en contestar
- Expresiones corporales
- Si ellos hacen alguna pregunta
- La manera en que se enganchan con las preguntas y respuestas

MUCHAS GRACIAS

Cuestionario abierto elaborado por: Lic. Elite Alejandra Coronado Rojano
Sin validación, investigación sobre audiencias jóvenes y prácticas sexuales que para obtener el título de maestro en comunicación realiza la licenciada ya citada.

VERSIÓN FINAL DEL CUESTIONARIO “TÚ Y LA TELEVISIÓN”

EDAD _____

SEXO _____

INSTRUCCIONES: Contesta las preguntas marcando con una x en el paréntesis la respuesta que refleje tus preferencias y opiniones, y contesta en la línea lo que se te pide según sea el caso.

1.- ¿Te gusta ver televisión?

- a) Sí ()
- b) Más o menos ()
- c) Casi no ()
- d) No ()

2.- ¿Por qué te gusta ver televisión?

- a) Por que me entretiene y divierte ()
- b) Por que me informa sobre temas de mi interés ()
- c) Para “matar el tiempo” ()
- d) No tengo una razón especifica ()

3.- Si quisieras obtener información en la televisión sobre temas referentes a tu sexualidad, ¿Cuál de estos programas verías? (Escribe el número 1 en la línea para el programa que consideres que te de más información sobre sexualidad, el número 2 al siguiente y así sucesivamente).

- a) Programas de revista () _____
- b) Telenovelas () _____
- c) Series () _____
- d) Películas () _____
- e) Caricaturas () _____
- f) Noticiarios () _____
- g) Documentales () _____
- h) Comerciales () _____
- i) Musicales () _____
- j) De concurso () _____

4.- ¿Qué programas ves o has visto en televisión que traten temas sobre sexualidad?

- a) Programas de revista () _____
- b) Telenovelas () _____
- c) Series () _____
- d) Películas () _____
- e) Caricaturas () _____
- f) Noticiarios () _____
- g) Documentales () _____
- h) Comerciales () _____
- i) Musicales () _____

j) De concurso () _____

5.- ¿Por qué opinas que los programas que mencionaste tienen contenido referente a la sexualidad?

- a) Porque la trama gira en torno a una pareja ()
- b) Porque hay escenas de relaciones sexuales ()
- c) Porque los personajes que ahí aparecen hablan sobre temas sexuales ()
- d) Porque aparecen hombres y mujeres atractivos ()

6.- Con relación a la pregunta anterior ¿Qué opinas de este tipo de programas?

- a) Son buenos porque nos informan sobre la sexualidad, la manera de evitar alguna enfermedad de transmisión sexual y embarazos no deseados ()
- b) Son malos porque no explican nada sobre sexualidad ()
- c) Algunos programas tratan temas de sexualidad con responsabilidad y otros sólo muestran imágenes morbosas ()
- d) Me son indiferentes ()

7.- ¿Crees que los temas sobre sexualidad tratados en los programas de televisión resuelven tus dudas?

- a) Sí ()
- b) Más o menos ()
- c) Casi no ()
- d) No ()

8.- ¿Te gusta ver programas de revista? ¿Cuál?

- a) Sí, "Hoy" (9 de la mañana canal 2) ()
- b) Sí, "Se vale" (10 de la mañana canal 4) ()
- c) Sí, "En exclusiva" (6 de la tarde canal 9) ()
- d) Sí, "TV de noche" (9 de la noche canal 4) ()
- e) Sí, "Venga la alegría" (9 de la mañana canal 13) ()
- f) Otro, ¿cuál? _____
- g) No me gustan ()

9.- ¿Por qué te gusta ver ese programa de revista en particular?

- a) Me entretienen y son divertidos ()
- b) Son interesantes ()
- c) Me gusta ver a los hombres y mujeres atractivos que ahí aparecen ()
- d) Porque sus contenidos me mantienen informado sobre temas sobre sexualidad ()
- e) Otra razón, ¿cuál? _____

10.- ¿Te gusta ver telenovelas? ¿Cuál?

- a) Sí, "Mañana es para siempre" (9 de la noche canal 2) ()
- b) Sí, "Atrévete a soñar" (4 de la tarde canal 2) ()
- c) Sí, "Secretos del alma" (9:30 de la noche canal 13) ()
- d) Sí, "Alma de Hierro" (10:30 de la noche canal 2) ()
- e) Sí, "Doña Bárbara" (10:30 de la noche canal 9) ()
- f) No me gustan ()

- g) Otra, ¿cuál? _____
- 11.- ¿Qué tipo de contenidos debe haber en una telenovela para que decidas verla?
- a) Drama “Romanticismo y desilusiones amorosas” ()
 - b) Temas juveniles y divertidos ()
 - c) Interesantes y emocionantes ()
 - d) Trabajen en ella actores y actrices conocidas ()
 - e) Otra razón, ¿cuál? _____

12.- ¿Te gustan las series? ¿Cuál (es)?

- a) Sí, “La ley y el orden”(10 de la noche canal 5)()
- b) Sí, “Malcom” (9 de la noche canal 5)()
- c) Sí, “Drake y Josh” (8 de la noche canal 5)()
- d) Sí, “Doctor House” (10 de la noche canal 5)()
- e) Sí, “Prision Break(10 de la noche canal 5) ()
- f) Sí, “Almas perdidas” (9 de la noche canal7) ()
- g) Todas las anteriores ()
- h) No me gustan ()

13.- ¿Qué tipo de género debe tener una serie para que la veas?

- a) Acción ()
- b) Cómico ()
- c) Romántico ()
- d) Violencia ()
- e) Ciencia ficción ()
- f) Todas las anteriores ()

14.- ¿Te gusta ver las películas que pasan en la televisión? ¿De qué género?

- a) Sí, comedia ()
- b) Sí, terror ()
- c) Sí, acción ()
- d) Sí, suspenso ()
- e) Sí, románticas ()
- f) Sí, infantiles ()
- g) No me gustan ()

15.- ¿Estás de acuerdo con la opinión de que en todas las películas tratan temas sexuales?
¿Por qué?

- a) Sí, porque la trama gira en torno a una pareja ()
- b) Sí, porque hay escenas de relaciones sexuales ()
- c) Sí, porque sino tuviera escenas de contenido sexual, nadie las vería ()
- d) No, tratan otros temas ()
- e) No ()

16.- ¿Te gusta ver caricaturas? ¿Cuál (es)?

- a) Sí, "Dragón Ball Z" (12 de la tarde canal 5) ()
- b) Sí, "Naruto" (12:30 de la tarde canal 5) ()
- c) Sí, "Los Simpson" (8 de la noche canal 7) ()
- d) Sí, "Los pitufos" (10 de la mañana canal 5) ()
- e) Sí, Danny Phantom (10:30 de la mañana canal 5) ()
- f) No me gustan ()

17.- ¿Ves noticiarios? ¿Cuál (es)?

- a) Sí, "Noticiero Joaquín López Doriga" (10:30 de la noche canal 2) ()
- b) Sí, "Hechos A.M." (6 de la mañana canal 13) ()
- c) Sí, "Primero noticias" (6 de la mañana canal 2) ()
- d) Otro, ¿cuál? _____
- e) No me gustan ()

18.- ¿Por qué te gusta ver los noticiarios?

- a) Son interesantes ()
- b) Me informo sobre lo que sucede en México y en el mundo ()
- c) Los veo porque con quien veo televisión los ve ()
- d) Sólo los veo cuando alguna noticia me interesa ()
- e) Otra razón, ¿cuál? _____

19.- ¿Ves documentales? ¿Cuál (es)?

- a) Sí, sobre animales (canal 11) ()
- b) Sí, sobre Dinosaurios (canal 11) ()
- c) Sí, sobre el cuerpo humano (canal 11) ()
- d) Otros, ¿cuáles? _____
- e) No me gustan ()

20.- ¿Por qué te gusta ver ese tipo de documentales?

- a) Son interesantes ()
- b) Me informan sobre algo que no se ()
- c) Son divertidos ()
- d) Conozco la vida animal ()
- e) Otra razón, ¿cuál? _____

21.- ¿Te interesan tanto los programas que ves en televisión como los comerciales?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) Me son indiferentes ()

22.- ¿Recuerdas algún comercial que haga alguna inferencia de tipo sexual en particular?
¿Cuál y por qué?

- a) De preservativos () _____
- b) De celulares () _____
- c) De refrescos () _____
- d) De carros () _____
- e) Otro, ¿cuál? _____

23.- ¿Estás de acuerdo con la opinión de que en los comerciales se hacen muchas insinuaciones en temas sobre sexualidad? ¿Por qué?

- a) Sí, porque nos dan información para prevenir alguna enfermedad de transmisión sexual ()
- b) Sí, porque manejan mensajes subliminales ()
- c) No, porque tratan otros temas ()
- d) No lo se ()

24.- ¿Ves programas musicales? ¿Cuál (es)?

- a) Sí, "Top-ten" (12 de la tarde canal 13) ()
- b) Sí, "Hit-m3" (1 de la tarde canal 13) ()
- c) Sí, "Mps-grupero" (12 de la tarde canal 9) ()
- d) Sí, "Los 10 primeros" (12 de la tarde canal 2) ()
- e) No me gustan ()

25.- ¿Por qué te gusta ver los programas musicales?

- a) Porque me gustan los videos que pasan ()
- b) Porque me gusta la música ()
- c) Porque me gustan los hombres y mujeres atractivos que se exponen en ellos ()
- d) No lo se ()
- e) Otra razón, ¿cuál? _____

26.- ¿Te gusta ver los programas de concurso? ¿Cuál (es)?

- a) Sí, "Hasta el hoyo" (10 de la noche canal 5) ()
- b) Sí, "Aguas con el muro" (canal 13) ()
- c) Sí, " Se vale" (10 de la mañana canal 4) ()
- d) Otro, ¿cuál? _____
- e) No me gustan ()

27.- ¿Por qué te gusta ver los programas de concurso?

- a) Son interesantes y entretenidos ()
- b) Me gusta ver jugar a las personas ()
- c) Me emociona ver cómo la gente hace tonterías ()
- d) Aplico mis conocimientos ()
- e) Otra razón, ¿cuál? _____

28.- ¿Qué tipo de imágenes con contenido sexual que ves en la televisión llaman tú atención? ¿Por qué?

- a) Mujeres y hombres semidesnudos, porque son atractivos ()
- b) Comerciales sobre preservativos, porque me interesa cuidarme ()
- c) Donde se muestra a una pareja besándose y acariciándose ()
- d) Otra, ¿cuál? _____
- e) Ninguna ()

29.- ¿Hay algo que te desagrade de la forma en la que la televisión transmite contenidos referentes a la sexualidad? ¿Qué es?

- a) Sí, porque manejan escenas con alto contenido sexual, a cualquier hora y cualquier tipo de público las puede ver ()
- b) Sí, porque transmiten los contenidos a manera de morbo ()
- c) No, porque me mantienen informado sobre sexualidad ()
- d) Me son indiferentes este tipo de contenidos ()
- e) Otra, ¿cuál? _____

30.- ¿Hasta qué punto tú le atribuirías a la televisión la información sexual que sabes?

- a) Toda la información y conocimiento ()
- b) Casi toda ()
- c) Regular ()
- d) Casi nada ()
- e) Nada de información ()

FORMATO DE EVALUACIÓN PARA JUECES

ÁREA: 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.			
Pregunta 3.- ¿Qué programas sabes o has visto en televisión que traten temas sobre sexualidad? ¿Porque?			
a) Telenovelas () _____			
b) Documentales () _____			
c) Series() _____			
d) Programas de revista () _____			
e) Noticieros () _____			
f) Ninguno () _____			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.			
Pregunta 4.- Con relación a la pregunta anterior ¿Qué opinas de este tipo de programas?			
a) Son buenos porque nos informan sobre la sexualidad y evitar alguna enfermedad de transmisión sexual y embarazos no deseados ()			
b) Son malos porque no explican nada sobre sexualidad ()			
c) Algunos programas tratan temas de sexualidad con responsabilidad y otros solo muestran imágenes morbosas ()			
d) Me son indiferentes ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.

Pregunta 5.- ¿Crees que los temas sobre sexualidad tratados en los programas de televisión resuelven tus dudas?
 a) Si _____
 b) Más o menos _____
 c) Casi no _____
 d) No _____

Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.

Pregunta 13.- ¿Estás de acuerdo con la opinión de que en todas las películas tratan temas sexuales? ¿Por qué?
 a) Si, porque la trama gira en torno a una pareja ()
 b) Si, porque hay escenas de relaciones sexuales ()
 c) Si, porque sino nadie las vería ()
 d) No, tratan otros temas ()

Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.			
Pregunta 21.- ¿Estás de acuerdo con la opinión de qué en los comerciales se hacen muchas insinuaciones en temas sobre sexualidad? ¿Por qué?			
a) Si, porque nos dan información para prevenir alguna enfermedad de trasmisión sexual ()			
b) Si, porque manejan mensajes subliminales ()			
c) No, porque tratan otros temas ()			
d) No lo se ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 1 Opinión de los adolescentes sobre contenidos sexuales presentados en la televisión.			
Pregunta 27.- ¿Hay algo que te desagrade de la forma en la que la televisión transmite contenidos de tipo sexual? ¿Qué es?			
a) Si, porque manejan escenas con alto contenido sexual y cualquier tipo de publico las puede ver ()			
b) Si, porque transmiten los contenidos a manera de morbo ()			
c) No, porque me mantienen informados sobre sexualidad ()			
d) Me son indiferentes este tipo de contenidos ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 1.- ¿Te gusta ver televisión?			
a) Si _____ b) Más o menos _____ c) Casi no _____ d) No _____			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 2.- Si quisieras obtener información en la televisión sobre temas referentes a tu sexualidad, ¿Cuál de estos programas verías? (Puedes marcar varios según tú orden de importancia)			
a) Programas de revista () _____ b) Telenovelas () _____ c) Series () _____ d) Películas () _____ e) Caricaturas () _____ f) Noticiarios () _____ g) Documentales () _____ h) Comerciales () _____ i) Musicales () _____ j) De concurso () _____			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 6.- ¿Te gusta ver programas de revista? ¿Cuál te gusta ver, a qué hora y en que canal la pasan?			
a) Si, "Hoy" (9 de la mañana canal 2) () b) Si, "Se vale" (10 de la mañana canal 4) () c) Si, "En exclusiva" (6 de la tarde canal 9) () d) Si, "TV de noche" (9 de la noche canal 4) () e) Si, "Venga la alegría" (9 de la mañana canal 13) () f) No me gustan ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 8.- ¿Te gusta ver telenovelas? ¿Cuál te gusta ver, a qué hora y en que canal la pasan?			
a) Si, "Mañana es para siempre" (9 de la noche canal 2) () b) Si, "Atrévete a soñar" (4 de la tarde canal 2) () c) Si, "Secretos del alma" (9:30 de la noche canal 13) () d) Si, "Alma de Hierro" (10:30 de la noche canal 2) () e) Si, "Doña Barbará" (10:30 de la noche canal 9) () f) No me gustan ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 10.- ¿Te gustan las series? ¿Cuáles, a qué hora y en que canal la pasan?			
a) Si, "La ley y el orden"(10 de la noche canal 5)(<input type="checkbox"/>) b) Si, "Malcom" (9 de la noche canal 5)(<input type="checkbox"/>) c) Si, "Drake y Josh" (8 de la noche canal 5)(<input type="checkbox"/>) d) Si, "Doctor house" (10 de la noche canal 5)(<input type="checkbox"/>) e) Si, "Prision Break" (10 de la noche canal 5) (<input type="checkbox"/>) f) Si, "Almas perdidas" (9 de la noche canal7) (<input type="checkbox"/>) g) Todas las anteriores (<input type="checkbox"/>) h) No me gustan (<input type="checkbox"/>)			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 12.- ¿Te gusta ver las películas que pasan en la televisión? ¿De qué género?			
a) Si, comedia (<input type="checkbox"/>) b) Si, terror (<input type="checkbox"/>) c) Si, acción (<input type="checkbox"/>) d) Si, suspenso (<input type="checkbox"/>) e) Si, románticas (<input type="checkbox"/>) f) Si, infantiles (<input type="checkbox"/>) g) No me gustan (<input type="checkbox"/>)			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 14.- ¿Te gusta ver caricaturas? ¿Cuáles, en qué canal pasa y en qué horarios?			
a) Si, "Dragón Ball Z" (12 de la tarde canal 5) () b) Si, "Naruto" (12:30 de la tarde canal 5) () c) Si, "Los Simpson" (8 de la noche canal 7) () d) Si, "Los pitufos" (10 de la mañana canal 5) () e) Si, "Danny Phantom" (10:30 de la mañana canal 5) () f) No me gustan ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 15.- ¿Ves noticieros? ¿Cuáles, en qué canal pasa y en qué horario?			
a) Si, "Noticiero Joaquín López Doriga" (10:30 de la noche canal 2) () b) Si, "Hechos A.M." (6 de la mañana canal 13) () c) Si, "Primero noticias" (6 de la mañana canal 2) () d) No me gustan ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 17.- ¿Ves documentales? ¿Cuáles y en qué canal pasan?			
a) Si, sobre animales (canal 11) () b) Si, sobre Dinosaurios (canal 11) () c) Si, sobre el cuerpo humano (canal 11) () d) No me gustan ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos			
Pregunta 22.- ¿Ves programas musicales? ¿Cuáles, en qué canal pasa y en qué horario?			
a) Si, "Top-ten" (12 de la tarde canal 13) () b) Si, "Hit-m3" (1 de la tarde canal 13) () c) Si, "Mps-grupero" (12 de la tarde canal 9) () d) Si, "Los 10 primeros" (12 de la tarde canal 2) () e) No me gustan ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

ÁREA: 2 Preferencias de los adolescentes sobre contenidos televisivos

Pregunta 24.- ¿Te gusta ver los programas de concurso? ¿Cuáles, en qué canal pasa y en qué horario?

- a) Si, "Hasta el hoyo" (10 de la noche canal 5) ()
- b) Si, "Aguas con el muro" (canal 13) ()
- c) Si, " Se vale" (10 de la mañana canal 4) ()
- d) No me gustan ()

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 7.- ¿Por qué te gusta ver ese programa de revista en particular?

- a) Me entretienen y son divertidos ()
- b) Son interesantes ()
- c) Me gusta ver el atractivo visual que ofrecen ()
- d) Porque sus contenidos me mantienen informado sobre temas sobre sexualidad ()

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de contenidos debe de haber en una telenovela para que decidas verla?

- a) Drama "Romanticismo y desilusiones amorosas" ()
- b) Temas juveniles y divertidos ()
- c) Interesantes y emocionantes ()
- d) Trabajen en ella actores y actrices conocidas ()

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 11.- ¿Qué tipo de contenidos debe de tener una serie para que la veas?

- a) Acción ()
- b) Cómicas ()
- c) Románticas ()
- d) Violencia ()
- e) Ciencia ficción ()
- f) Todas las anteriores ()

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 16.- ¿Por qué te gusta ver los noticieros?

- a) Son interesantes ()
- b) Me informo sobre lo que sucede en México y en el mundo ()
- c) Los veo porque con quien veo televisión los ve ()
- d) Solo los veo cuando alguna noticia me interesa ()

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes			
Pregunta 18.- ¿Por qué te gusta ver ese tipo de documentales?			
a) Son interesantes () b) Me informan sobre algo que no se () c) Son divertidos () d) Conozco la vida animal ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes			
Pregunta 19.- ¿Te interesa por igual los programas que ves en televisión que los comerciales?			
a) Si () b) No () c) Me son indiferentes ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 20.- ¿Recuerdas algún comercial que haga alguna inferencia de tipo sexual en particular? ¿Cuál y por qué?

- a) De preservativos () _____
- b) De celulares () _____
- c) De refrescos () _____
- d) De carros () _____

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 23.- ¿Por qué te gusta ver los programas musicales?

- a) Porque me gustan los videos que pasan ()
- b) Porque me gusta la música ()
- c) Porque me gusta el atractivo visual que se expone en ellos ()
- d) No lo se ()

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes			
Pregunta 25.- ¿Por qué te gusta ver los programas de concurso?			
a) Son interesantes y entretenidos () b) Me gusta ver jugar a las personas () c) Me emociona ver como la gente hace tonterías () d) Adivino y aplico mis conocimientos ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes			
Pregunta 26.- ¿Qué tipo de imágenes con contenido sexual que ves en la televisión llaman tú atención? ¿Por qué?			
a) Mujeres y hombres semidesnudos, porque son atractivos () b) Comerciales sobre preservativos, porque me interesa cuidarme () c) Donde se muestra a una pareja besándose y acariciándose () d) Ninguna ()			
Criterio de valoración			
	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

Área 3 Conocimiento sobre el porque de las preferencias televisivas de los adolescentes

Pregunta 28.- ¿Hasta qué punto tú le atribuirías a la televisión la información sexual que sabes?

- a) Toda la información y conocimiento_____
- b) Casi toda_____
- c) Regular_____
- d) Casi nada_____
- e) Nada de información_____

Criterio de valoración

	Si	No	Observaciones
1.- Pertinencia al área.			
2.- Claridad en la redacción de la pregunta.			
3.- Pertinencia en la forma de registro de la respuesta.			
4.- Otras observaciones			

VALIDACIÓN JUECES

JUEZ	PREGUNTA	PERTENENCIA AL ÁREA		CLARIDAD EN LA REDACCIÓN DE LA PREGUNTA		PERTINENCIA EN LA FORMA DE REGISTRO DE LA RESPUESTA		OBSERVACIONES	MODIFICACIONES
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	1	✓		✓		✓			
	2	✓		✓		✓		Aclarar la forma de jerarquización de preferencias.	✓
	3	✓		✓		✓		Omitir o crear otra pregunta para el por qué de esta pregunta, pues redactado así genera confusión. Mejorar redacción de inciso a).	✓ Creación de la pregunta 29 (es decir de otra pregunta), acerca del porqué de la pregunta anterior y esta pertenece al área 1.
	4	✓		✓			✓		
	5	✓			✓		✓		
	6	✓		✓		✓		Si la respuesta contiene los horarios y canales, ¿para qué preguntarlos? Checarlo en todos los casos del área 2.	✓
	7	✓		✓			✓	Abrir un quinta opción de respuesta pues puede haber otras razones.	✓
	8	✓		✓			✓	Abrir un quinta opción de respuesta	✓

								pues puede haber otras razones.	
9	✓		✓			✓			
10	✓		✓			✓			
11	✓		✓		✓			Es género no contenidos.	✓
12	✓		✓		✓				
13	✓		✓		✓				
14	✓		✓			✓			
15	✓		✓			✓			
16	✓		✓		✓				
17	✓		✓			✓			
18	✓		✓		✓				
19	✓		✓		✓				
20	✓		✓			✓		Abrir un quinta opción de respuesta pues puede haber otras razones.	✓
21	✓		✓		✓				
22	✓		✓			✓			
23	✓		✓			✓		Abrir un quinta opción de respuesta pues puede haber otras razones.	✓
24	✓		✓			✓			
25	✓		✓		✓				
26	✓		✓		✓				
27	✓		✓		✓				
28	✓		✓		✓				

VALIDACIÓN JUECES

JUEZ	PREGUNTA	PERTENENCIA AL ÁREA		CLARIDAD EN LA REDACCIÓN DE LA PREGUNTA		PERTINENCIA EN LA FORMA DE REGISTRO DE LA RESPUESTA		OBSERVACIONES	MODIFICACIONES
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
2	1	✓		✓		✓		Crear un ambiente de confianza para que las respuestas sean las más sinceras posibles.	✓
	2	✓		✓		✓			
	3	✓			✓		✓	Claridad de redacción en la pregunta, quitar línea de respuesta, crea confusión.	✓
	4	✓		✓		✓			
	5	✓		✓		✓			
	6	✓		✓		✓		Acentuar las afirmaciones de respuesta sí.	✓
	7	✓		✓		✓		Quitar el eufemismo "atractivo visual".	✓
	8	✓		✓		✓		El instrumento tiene temporalidad y vigencia.	✓
	9	✓		✓		✓			
	10	✓		✓		✓			
	11	✓		✓			✓	Redacción, son géneros no contenidos.	✓
	12	✓		✓		✓			
	13	✓			✓		✓	Redactar claramente	✓

								pregunta y respuesta, quitar acentuación que en la pregunta.	
14	✓		✓		✓				
15	✓			✓		✓		Es incorrecto decir noticieros, pues son quienes nos dan las noticias, lo correcto es noticiarios.	✓
16	✓		✓		✓				
17	✓		✓			✓		Incluir más opciones de respuesta.	✓
18	✓		✓			✓			
19	✓			✓		✓		Mejorar redacción de pregunta y respuesta.	✓
20	✓		✓			✓		Incluir otra opción de respuesta con su cuál.	✓
21	✓			✓	✓			Simplificar redacción.	✓
22	✓		✓			✓		Incluir otra opción de respuesta con su cuál.	✓
23	✓		✓			✓		Quitar el eufemismo "atractivo visual".	✓
24	✓		✓			✓		Incluir otra opción de respuesta con su cuál.	✓
25	✓		✓			✓		Los conocimientos no se adivinan.	✓
26	✓		✓		✓				
27	✓		✓		✓				
28	✓		✓		✓				

VALIDACIÓN JUECES

JUEZ	PREGUNTA	PERTENENCIA AL ÁREA		CLARIDAD EN LA REDACCIÓN DE LA PREGUNTA		PERTINENCIA EN LA FORMA DE REGISTRO DE LA RESPUESTA		OBSERVACIONES	MODIFICACIONES
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
3	1	✓		✓		✓		Agregaría otra pregunta acerca del por qué ven televisión.	✓ Se agrega pregunta 30, (u otra mas) preguntando del por qué ve televisión y pertenece al área 3.
	2	✓		✓		✓			
	3	✓		✓		✓			
	4	✓		✓		✓			
	5	✓		✓		✓			
	6	✓		✓		✓			
	7	✓		✓		✓			
	8	✓		✓		✓			
	9	✓		✓		✓			
	10	✓		✓		✓			
	11	✓		✓		✓			
	12	✓		✓		✓			
	13	✓		✓		✓			
	14	✓		✓		✓			
	15	✓		✓		✓			
	16	✓		✓		✓			
	17	✓		✓		✓			
	18	✓		✓		✓			
	19	✓		✓		✓			
	20	✓		✓		✓			
	21	✓		✓		✓			
	22	✓		✓		✓			
	23	✓		✓		✓			

	24	✓		✓		✓			
	25	✓		✓		✓			
	26	✓		✓		✓			
	27	✓		✓		✓			
	28		✓	✓		✓		Esta pregunta encaja mejor en el área 1.	✓ Esta pregunta se cambia al área 1.

VALIDACIÓN JUECES

JUEZ	PREGUNTA	PERTENENCIA AL ÁREA		CLARIDAD EN LA REDACCIÓN DE LA PREGUNTA		PERTINENCIA EN LA FORMA DE REGISTRO DE LA RESPUESTA		OBSERVACIONES	MODIFICACIONES
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
4		✓		✓		✓			
	1	✓		✓		✓			
	2	✓		✓		✓		Aclara la redacción de las instrucciones en la jerarquización de palabras.	✓
	3	✓			✓	✓		Redactar claramente la pregunta.	✓
	4	✓		✓			✓	Redactar de manera más clara el inciso a) de respuesta.	✓
	5	✓		✓		✓			
	6	✓		✓		✓		Para que preguntar a que hora y en qué canal lo pasan, si en la respuesta lo tienen.	✓
	7	✓		✓		✓			
	8	✓		✓		✓			
	9	✓		✓		✓			
	10	✓		✓		✓			
	11	✓		✓		✓			
	12	✓		✓		✓			
	13	✓		✓			✓	Cambiar redacción de inciso c) de respuesta.	✓
	14	✓		✓		✓			
15	✓		✓		✓				

	16	✓		✓		✓			
	17	✓		✓		✓			
	18	✓		✓		✓			
	19	✓		✓		✓			
	20	✓		✓		✓			
	21	✓		✓			✓	Mejorar redacción del inciso a) de respuesta.	✓
	22	✓		✓		✓			
	23	✓		✓		✓			
	24	✓		✓		✓			
	25	✓		✓		✓			
	26	✓		✓		✓			
	27	✓			✓		✓	Agregar la palabra "referente" a la pregunta y mejorar redacción del inciso a) de respuesta.	
	28	✓		✓		✓			