

# Prevención del embarazo adolescente en Medellín: ¿publicidad o comunicación?<sup>1</sup>

---

Milena Lucía Duque Bedoya\*  
Yulieth Patricia López Chalarca\*\*

## Resumen

En este artículo se presentan los resultados de la investigación acerca de los procesos y medios de comunicación utilizados en el *Proyecto Sol y Luna para la prevención del embarazo adolescente en Medellín*, por parte de la Alcaldía de la ciudad. Para el análisis, se comparan las visiones, y las consecuentes acciones de comunicación, que proporcionan a campañas como la reseñada, la corriente funcionalista y la interpretativa/culturalista, con el fin de presentar alternativas en procesos educativos dirigidos a los ciudadanos.

**Palabras Clave:** embarazo adolescente, estrategias de comunicación, etnografía, teorías de la comunicación.

## Abstract

This text exposes research results about the processes and communication means used in the *Proyecto Sol y Luna para la prevención del embarazo adolescente en Medellín*, organized by Medellín's Mayor office. It is a comparative approach on the points of views and the consequences of communicative actions when cultural, interpretative and functionalist theoretical framework are applied to that kind of campaigns with the aim of proposing alternatives in educational processes.

**Key Words:** teenage pregnancy, communication strategies, ethnography, theories of communication.

**Recibido:** 15 de agosto de 2008  
**Aceptado:** 28 de octubre de 2008

---

1 Este artículo retoma elementos del trabajo de grado realizado durante el primer semestre de 2008, bajo la dirección de los profesores María Helena Vivas López y Carlos Augusto Giraldo.  
\* Estudiante del pregrado de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.  
\*\* Estudiante de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Esta investigación tuvo como propósito realizar un análisis del componente comunicativo del Proyecto Sol y Luna para la prevención del embarazo adolescente de la Alcaldía de Medellín, realizado en 2007. Para ello se estudiaron los procesos y las estrategias de comunicación que utilizó la Alcaldía en el proyecto con el fin de educar la población adolescente en el tema de sexualidad. Se estudiaron los mensajes dirigidos a los jóvenes para determinar el componente informativo o comunicativo, entendiendo aquí la información como la emisión de mensajes en forma unidireccional y por comunicación un proceso interactivo que permite la participación activa de los destinatarios. También, se realizó una aproximación a la recepción de los mensajes del Proyecto, con el fin de establecer si los mismos contribuyeron a la reflexión y el cambio de hábitos en la sexualidad de los jóvenes, tal como lo proponía el Proyecto Sol y Luna.

Esta investigación adoptó una metodología de corte cualitativo, para lo cual utilizó estrategias etnográficas, puesto que, “como enfoque, la etnografía es una concepción y práctica del conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros”<sup>1</sup>, ya que consideramos que la investigación en comunicación, debe estar en capacidad de acceder, a la realidad de los sujetos sociales y de propiciar la interpretación de los procesos comunicativos en los escenarios en los cuales desarrollan sus actividades cotidianas.

Para Jesús Galindo la etnografía es esa manera que hay de acercarse al otro, de conocer su formas de vida y de interpretar la realidad, partiendo de un espíritu de curiosidad y de interés por el otro, enmarcándolo en un contexto de tiempo y espacio “la etnografía es un instrumento que potencia la mirada del curioso y del analítico, y con ese estatus penetra a todos los campos de las ciencias sociales y del comportamiento, incluso a la emergente ciencia de la comunicación”<sup>2</sup>. Manifiesta además que en este sentido “toda situación social puede ser percibida y descrita en detalle”<sup>3</sup>.

La investigación se basó en el paradigma Interpretativo/Constructivista, el cual está enfocado en la construcción e interpretación desde un contexto determinado. Este paradigma no se centra en los medios de comunicación, sino en las interacciones sociales. Así, el eje temático de la investigación es comunicación y participación, la cual es concebida como un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana. (Gumucio, 2004), además conlleva a la construcción de valores a partir del diálogo y la participación. Para el análisis

1 Guber, Rosana (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Bogotá: Editorial Norma.

2 Galindo Cáceres, Luis Jesús (1999). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Addison Wesley longman.

3 *Ibid.*

del componente comunicativo del Proyecto Sol y Luna, se abordaron las teorías de la Comunicación para el Cambio Social (Gumucio, 2004) y la Educomunicación (Prieto Castillo 1996) con el fin de analizar las estrategias y los medios de comunicación empleados en el proyecto, así como su pertinencia en el proceso educativo de adolescentes sobre su sexualidad.

El análisis del componente comunicativo del *Proyecto Sol y Luna para la prevención del embarazo adolescente*, se realizó mediante métodos cualitativos para obtener información acerca de la recepción de los mensajes emitidos por el Proyecto.: “la realidad social es una realidad con significados compartidos intersubjetivamente y expresados en el lenguaje, significados que no son simplemente creencias o valores subjetivos, sino elementos constitutivos de esa realidad”<sup>4</sup>.

La recolección de datos en la investigación se hizo mediante la entrevista semi-estructurada, realizada a las directivas del Proyecto Sol y Luna en la Alcaldía de Medellín y a la agencia de publicidad Morales.Com, quienes fueron los creadores y diseñadores de la estrategia de comunicación., para reconocer los procesos y estrategias que emplearon para educar en sexualidad la población adolescente.

Se realizaron también grupos focales y se aplicó la técnica ASBI (Asociación Semántica Basada en Imágenes) en el Colegio Emaús, La Institución Educativa República de Honduras y La Institución Educativa San Juan Bosco, situados en las comunas 1, 2 y 4 de Medellín, respectivamente. Para los grupos focales se tomó una muestra de ocho hombres y ocho mujeres de cada institución educativa. De este modo se evaluó, la recordación que los jóvenes tienen de las campañas del proyecto, cual fue la recepción de los mensajes y si hicieron o hacen uso de los medios del Proyecto como la página web o la Línea Amiga.

## **Proyecto Sol y Luna para la prevención el embarazo adolescente en Medellín**

El *Proyecto Sol y Luna*, fue realizado por la Alcaldía de Medellín en la administración de Sergio Fajardo y liderado por el Despacho de la Primera Mujer, con base en el análisis de la problemática social del aumento del embarazo adolescente en la ciudad durante los últimos 15 años. El propósito de éste fue reducir la tasa de embarazos en niñas de 10 a 19 años en un 25% entre el año 2004 y el 2007, mediante diferentes estrategias.

4 Berganza Conde, María Rosa. Ruiz San Román, José A. (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. España: Mc Graw Hill.

Otro de los objetivos del proyecto fue aumentar el conocimiento de los y las jóvenes sobre infecciones de transmisión sexual, para lo cual el Proyecto utilizó medios masivos para difundir la información mediante la Campaña Sexo a lo Bien, La Línea Amiga 444 44 48, la página Web [www.proyectosolyluna.org](http://www.proyectosolyluna.org) y los Circuitos Pedagógicos, llevados a cabo principalmente entre los jóvenes de las comunas 1, 2, 3 y 4 de la ciudad de Medellín.

Los Circuitos Pedagógicos fueron jornadas educativas realizadas durante uno o dos días en 72 colegios de las comunas mencionadas. Estos talleres se basaron en la utilización de la lúdica y el arte, posibilitando la construcción colectiva de conocimiento entre sus participantes. En ellos se trataron temas sobre anticoncepción, autocuidado, salud sexual y reproductiva, equidad de género, entre otros. La campaña de “Sexo a lo Bien” empleó piezas publicitarias: 30 vallas ubicadas en los puntos más importantes de Medellín como la Avenida San Juan (calle 44), la Avenida Regional detrás de la Plaza de Toros y la Autopista Norte, con el fin de cuestionar a toda la ciudad. También se pusieron vallas en las comunas 1, 2, 3 y 4, para llegar a los adolescentes de la zona. Igualmente se entregaron, elementos promocionales como manillas, postales, reglas y pegatinas o *stickers* a los jóvenes, donde se ejecutó el Proyecto. La Línea Amiga, teléfono 444 44 48, por su parte, es un servicio de consulta, que tiene el costo de una llamada local, con acceso a un servicio de escucha profesional, conservando la privacidad. Ofrece información actualizada y oportuna de las entidades a las cuales se puede acudir para atención. La página Web, contiene información sobre el proyecto en general, qué es el Proyecto Sol y Luna, cuáles son sus directrices, los canales de información con los que se trabajó como los Circuitos Pedagógicos, los Centros de Servicio de Información, la Línea Amiga, la campaña Sexo a lo Bien que da cuenta de su desarrollo, fotografías y videos que estuvieron visibles en el proceso de difusión del Proyecto.

El programa utilizó diversos medios de información para llegar a su público, sin embargo no tuvo en cuenta una estrategia de comunicación que articulara todos los procesos ejecutados e incluyera una mayor participación de los actores, en este caso los adolescentes, para que ellos mismos plantearan sus necesidades en materia de educación sexual.

## **“Informar” o “comunicar y educar”**

Cuando se intenta educar a través de la comunicación es preciso emplear procesos y medios que incluyan a las personas a quienes se dirige el esfuerzo educativo, de modo tal que se les permita construir su propio aprendizaje a partir de sus experiencias, de sus necesidades y de sus relaciones sociales y culturales.

La comunicación abordada desde la corriente Interpretativa/Culturalista, permite este proceso de participación, puesto que esta entiende a la sociedad como una construcción de consensos entre sus integrantes a partir de sus interacciones y sus prácticas culturales. Contrario a la corriente funcionalista que se basa en el poder sobre los públicos para mantener el equilibrio social y trata los mensajes de forma vertical descendente, utilizando los medios de comunicación masiva, tales como la televisión, la radio, la prensa, los volantes, las vallas etc., evidenciando de este modo una sociedad de masas donde hay pocos emisores y muchos receptores.

Sin embargo, “la comunicación es un proceso social en que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno”<sup>5</sup> por lo tanto, la investigación realizó un análisis del componente comunicativo utilizado en el *Proyecto Sol y Luna, para la prevención del embarazo adolescente*, con el fin de determinar si los mensajes dirigidos a los jóvenes se difundieron a manera de información o si se utilizó una estrategia comunicativa que los involucrara a través de la participación.

Teniendo en cuenta entonces los planteamientos de las dos corrientes citadas anteriormente y utilizando una metodología de carácter cualitativo en la investigación, se establece que el tipo de comunicación utilizada en el *Proyecto* es de carácter **informativo más que educativo**, es decir, plantea la comunicación como un mecanismo de estímulo-respuesta, haciendo uso de los medios masivos de comunicación para tratar un asunto de naturaleza social en la cual, más que emisores y receptores hay actores de procesos culturales y sociales.

Tal como lo plantearon algunos directivos del proyecto en las entrevistas que se les realizó:

La estrategia comunicacional fue una herramienta fundamental, fue la campaña que se hizo para medios de comunicación. En esta campaña participaron los creativos de la agencia, las personas de la unidad coordinadora de Sol y Luna. (Entrevista a Elizabeth García, Sicóloga y directiva del Proyecto Sol y Luna, abril 7 de 2008).

El *Proyecto Sol y Luna*, para reducir la tasa de embarazos en niñas de 10 a 19 años y para aumentar el conocimiento de los y las jóvenes sobre infecciones de transmisión sexual, empleó como estrategia un conjunto de medios masivos de comunicación para difundir la información, centrando su labor en la divulgación de métodos de anticoncepción.

---

5 West, Richard. Turner Lynn (2005). *Teoría de la Comunicación. Análisis y aplicación*. España: McGraw-Hill.

Toda esa campaña está en la parte educativa, (...) sin embargo estaba soportada a nivel comercial y a nivel publicitario (...) cubrirlo con muchos más medios donde salir y aparecieron muchas revistas que estuvieron interesadas. (...) En televisión estuvimos por todos los canales regionales Telemedellín, Teleantioquia, Cosmovisión y en Canal U (...) incluso la campaña Sexo a lo Bien tuvo resonancia a nivel RCN, en RCN se habló acerca del lanzamiento de la campaña (...) en prensa salimos con todo lo que tiene que ver con El Mundo, El Tiempo y El Colombiano. (Entrevista a Catalina Morales, Directora de mercadeo y Realizadora del plan de medios para la campaña Sexo a lo Bien, agencia Morales.com, abril 14 de 2008).

Sin embargo, se esperaría que “un trabajo de comunicación y educación en el ámbito de la sexualidad juvenil tratase de establecer un sistema de educación sexual y reproductiva que resaltara la autoestima, los valores personales, la maternidad y paternidad responsable entre otros factores que hacen parte del desarrollo personal de los adolescentes y que tienen que ver con sus proyectos de vida”<sup>6</sup>.

De lo que yo más me acuerdo es que nos enseñaron las enfermedades que a uno le pueden dar por no cuidarse a la hora de tener relaciones sexuales. Y que hay muchos métodos de planificación sobre todo para nosotras las mujeres para que no quedemos embarazadas sobre todo así como somos de jóvenes. (Alumna de décimo grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 22 de 2008).

Yo me acuerdo que en uno había unos juegos relacionados con el tema de sexualidad. Y en otro le explicaban a uno como unas cosas así relacionadas como con las enfermedades y pues si como teoría de la sexualidad y en otro le explicaban a uno bien los métodos de planificación. (Alumna de noveno grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 22 de 2008).

Esto confirma que cuando los sujetos son parte del proceso de comunicación o sea, cuando ellos mismos elaboran el mensaje, el aprendizaje es mucho más efectivo y de más duración en el tiempo, así como lo plantea el teórico Daniel Prieto Castillo, “una educación enfocada en ámbitos como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad”<sup>7</sup>.

Así se pudo determinar que los procesos que constituyeron la estrategia del *Proyecto Sol y Luna* se enmarcaron en una metodología cuantitativa e informativa más que educativa, en la que lo más importante era cumplir con el objetivo de disminuir la tasa de embarazos en adolescentes a través de campañas de publicidad y de la ilustración del uso de métodos anticonceptivos, pero poco o nada se tuvo en cuenta en educar a través de la comunicación a estos jóvenes, teniendo

6 Duque, Milena, et al (2008). Trabajo de grado: *Análisis del componente comunicativo del Proyecto Sol y Luna, para la prevención del embarazo adolescente en Medellín*. Medellín. Universidad de Antioquia.

7 Prieto Castillo, Daniel (1996). *“La pasión por el discurso”*. Medellín: Ed. Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Comunicación Social.

en cuenta su desarrollo personal, sus necesidades y lo que ellos buscan, sino que por el contrario, estos procesos de comunicación se diseñaron y desarrollaron desde lo que el Proyecto consideró que los jóvenes necesitaban. En los grupos focales realizados, ellos mismos plantean algunas soluciones para la educación en este tema desde la comunicación proponen, por ejemplo, la periodicidad de los talleres o la capacitación a sus padres.

Sería bueno que los papás de uno le pudieran hablar de esos temas así, pero yo creo que sería bueno que a ellos también les explicaran, pues o sea que les den como una charla o capacitación porque hay cosas que ellos no saben. (Alumna de décimo grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 22 de 2008).

Pues que los profesores también le deberían enseñar a uno de eso, pero lo que pasa es que hay unos que son muy viejitos y no les gusta hablar esas cosas. (Alumno de noveno grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 21 de 2008).

Yo pienso que debe de haber más información, porque se olvidan de la información y terminan teniendo relaciones sexuales, siendo papás o mamás a temprana edad, entonces me gustaría que hicieran eso en el colegio por ahí cada tres meses o temporalmente. (Alumno de octavo grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 21 de 2008).

Me parece mejor así personalmente, porque así si uno tiene una duda entonces uno le puede preguntar a la persona que le está explicando y salir de la duda. (Alumno de décimo grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 21 de 2008).

Hay que tener en cuenta que los medios masivos de comunicación no son suficientes para conseguir cambios de actitudes y comportamientos en las personas:

Una vez yo sí estaba viendo televisión y estaban como que dando un programa de esos pero yo no le paré bolas porque es que era como un señor hablando entonces uno así como que no pone atención. (Alumna de noveno grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 22 de 2008)

Además si de pronto hablan algo uno ni les pondría atención porque uno es haciendo las tareas o hablando por teléfono o pues haciendo otras cosas pero uno no se pone a poner atención si están hablando cosas como para uno aprender. (Alumno de décimo grado de la I.E. República de Honduras, grupo focal abril 21 de 2008).

En cambio si a uno vienen y le dicen uno pone más cuidado y aprende más. (Información tomada del ASBI -Asociación Semántica Basada en Imágenes-, realizada en el Colegio Emaús el 21 de abril de 2008).

Estos procesos de educación deben estar enmarcados en la participación y apoyarse en medios de comunicación que permitan la inclusión de los sujetos –en este

caso los adolescentes—. Si bien la mayoría de los proyectos de comunicación para el cambio social incorporan la dimensión *participación*, a menudo esta participación se limita al plano de consulta o en el mejor de los casos a procesos de participación directa que no inciden en las instituciones que toman decisiones, nivel que puede resultar crucial en el trabajo con adolescentes.

## **Los procesos de comunicación, su función en el Proyecto Sol y Luna y la recepción en los adolescentes**

Los procesos de comunicación desarrollados en el Proyecto, estuvieron enmarcados en la corriente funcionalista, al hacer uso de campañas publicitarias y dentro de esta emplear piezas como vallas, afiches, cuñas radiales y de televisión. Con el uso de medios de comunicación masivos que no estén acompañados de una comunicación para la participación es poco probable educar a los adolescentes, ya que ellos le dan un uso de entretenimiento a medios como la televisión o la radio y las vallas ni siquiera despiertan interés en los adolescentes para leer lo que éstas dicen.

Este tipo de campañas lo que logran es informar pero no educar ni generar cambios de actitudes en las personas, es decir con esta campaña publicitaria no se logró reducir los embarazos en las adolescentes de 10 a 19 años, como tampoco se consiguió que los adolescentes asumieran su sexualidad de manera responsable.

Para la mayoría de estos jóvenes el Proyecto Sol y Luna fue casi que ajeno, ya que la información que les llegó a través de la Campaña Sexo a lo Bien, La Línea Amiga o la Página Web fue muy poca, sólo recordaban los Circuitos Pedagógicos, único proceso que muchos de estos adolescentes retuvieron y que además lograron explicar en qué consistían y decir que aprendieron en ellos.

Con algunas mejoras en la participación activa de estos jóvenes, es posible reconocer de dónde parte este problema y cuáles son sus necesidades y las soluciones que ellos proponen. Los Circuitos Pedagógicos fueron el método más cercano a un proceso de educación y participación que se enmarca dentro de lo que Gumucio llama “Comunicación para el cambio social”, basada en una participación a través del diálogo de sus integrantes y la construcción de sentidos a partir de sus interacciones, aunque estos Circuitos tuvieron fallas como la falta de continuidad, lo cual hace que se pierda fuerza e impacto en la población objetivo, además de perder el sentido educativo, tal como lo expone la Educomunicación, metodología que plantea Daniel Prieto Castillo, para quien:

(...) comunicar en el campo de la educación significa que ésta está al servicio de sus interlocutores. Para la Educomunicación lo importante es el otro, el interlocutor, el proceso y el mensaje. Ser parte de la cultura de los interlocutores, pero también del reconocimiento de que toda cultura se compone de aciertos y errores. Aquí la comunicación se constituye en un acompañamiento, en un intercambio de experiencias y conocimientos dentro del cual cobran sentido los mensajes<sup>8</sup>.

De este modo, la metodología de la Educomunicación se basa en la interacción de sus individuos, su participación en un proceso de cambio social y la construcción de nuevo conocimiento, son los mismos actores quienes expresan, con sus palabras, el sentido de su vida, su cotidianidad y sus aconteceres.

## **Evaluación del Proyecto Sol y Luna**

Este proyecto se encuentra en proceso de evaluación y aún no ha sido estimado en su totalidad, sin embargo ya existen algunos balances que permiten sacar ciertas conclusiones de los resultados del Proyecto. Una de sus principales falencias radicó en que la estrategia de intervención se enfocó en el sector salud, obviando que el problema se encuentra en el sistema de educación y que mientras esto no cambie el asunto continuará en el mismo estado.

En el informe de *Medellín Cómo vamos*<sup>9</sup> del año 2008, las evaluaciones realizadas hasta el momento dan cuenta que en lugar de disminuir el número de adolescentes embarazadas menores de 19 años, como se tenía estipulado, aumentó en un 5%, en el 2004 habían 8.084 niñas embarazadas y al 2008 habían 8.556, cifra que demuestra la poca efectividad del Proyecto. Tal como lo comenta en el mismo informe la experta en el tema Faria Soto Castañeda, coordinadora de Profamilia Joven en Medellín: “(...) creo que si el Proyecto se convirtiera en un programa de ciudad a mediano plazo podríamos ver resultados que beneficiarían la ciudad en lo social y lo económico, siempre y cuando la ejecución se realice con Instituciones que tengan suficiente experiencia”<sup>10</sup>.

---

8 Ibid.

9 Tomado de: Medellín Cómo vamos. Entidad que se encarga de informar a la ciudad de cómo van los proyectos instaurados en el Plan de Desarrollo. En: <http://www.medellincomovamos.org/publicaciones/publicaciones.php?id=25>.

10 Ibid. Última visita: agosto 19 de 2008, 3:30 p.m.