

# Visibilidad y tratamiento comunicativo del embarazo en adolescentes en la prensa escrita de Honduras

Janicce Marcela Andino Tinoco\*

**RESUMEN.** En el presente estudio se analiza la visibilidad y el tratamiento comunicativo proporcionado al tema “Embarazo en Adolescentes”, contenido en los corpus de la prensa escrita de los principales periódicos del país: La Tribuna, El Herald, El Tiempo y La Prensa, durante el período comprendido entre el 01 de junio de 2013 al 31 de diciembre de 2015. Durante este estudio se seleccionaron las noticias que incluyen en su título, subtítulo y contenido el concepto embarazo en adolescentes; a fin de explorar los mitos y ritos que existen en tanto la construcción del relato noticioso. El embarazo en adolescentes se considera un problema de salud pública en Honduras, no obstante la visibilidad y el tratamiento comunicativo en la prensa escrita no respondió a esa premisa, puesto que el abordaje del tema fue desde un segundo plano no como centro del producto comunicativo, lo que demanda horadar en las formas en las que se da cobertura periodística al tema y así plantear un abordaje holístico a la luz de los derechos sexuales y reproductivos.

**Palabras clave:** embarazo en adolescentes, visibilidad, tratamiento comunicativo, derechos sexuales y reproductivos.

**ABSTRACT.** This study analyzes the visibility and communicative treatment provided to the topic “Adolescent Pregnancy”, contained in the corpus of the written press of the main newspapers of the country: La Tribuna, El Herald, El Tiempo and La Prensa, during the period from June 01, 2013 to December 31, 2015. During this study, the news that included in its title, subtitle and content the concept adolescent pregnancy were selected in order to explore the myths and rites that exist in the construction of the news story. Adolescent pregnancy is considered a public health problem in Honduras, despite that, the visibility and communicative treatment in the written press did not respond to that premise, since the approach of the issue was relegated to secondary importance and not as a center of the communicative product, which requires to dig out the ways journalistic coverage is given to the subject and thus pose a holistic approach in the light of sexual and reproductive rights.

**Keywords:** Adolescent pregnancy, visibility, communicative treatment, sexual and reproductive rights.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación se centró en visibilizar procesos de producción y representación en torno al embarazo en adolescentes, sus personajes, los roles que se les asigna, las fuentes referidas, así como ampliar sobre el

papel que juega el Estado a través de las acciones que realiza o que deja de realizar sobre el abordaje del embarazo en adolescentes, como ente primordial obligado a establecer políticas públicas referentes al ámbito de la Salud Sexual y Reproductiva, como derecho inherente de todo individuo.

Recibido el 20 de marzo 2018, aceptado 18 de junio 2018.

\*Máster en Salud Pública y Licenciada en Periodismo por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), actualmente Coordinadora de Comunicación en la Dirección de Vinculación Universidad Sociedad de la UNAH.

Email: janicce.andino@unah.edu.hn

Para Manuel Martín Serrano la participación de los medios de comunicación de masas en la construcción de representaciones ante una sociedad, tiene lugar desde el momento mismo en que la institución mediadora selecciona determinados acontecimientos para hacerlos públicos. La función de los medios consiste en establecer los marcos de referencia adecuados para que los agentes sociales se sitúen en el cambio (Serrano, M. M., 2008).

La producción social de comunicación es punto de partida para estudiar las relaciones que existen entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de las sociedades (Serrano, M., 2004). Los medios de comunicación masiva, median entre sujetos, y entre sujetos e instituciones, pero mediatizan las prácticas sociales que los sujetos y las instituciones desarrollan.

Es esa realidad vicaria que los medios de comunicación ofrecen a las audiencias por medio de sus relatos, en la cual convergen los intereses de unos pocos emisores para un millar de receptores, lo que nos trae a considerar el bien llamado efecto “regadera”, como bien lo denomina Miguel Sobrino 2015, efecto que se podría definir como la división funcional entre quienes son los socialmente encargados en elaborar productos comunicativos y no les queda más que ser regados con ese caudal de información, dejando de existir en este escenario comunicativo la retroalimentación de los que reciben esa información.

Ante lo anterior existe una gran interdependencia entre la selección del acontecer público y las tareas de mitificación y de ritualización, que brindan los medios a propósito de la representación del entorno, como sucede siempre la práctica ritual se corresponde con la representación mítica; y ambas determinan la observación de la realidad, al tiempo que son activadas por lo que en realidad acontece (Serrano, M., 2004).

Los medios de comunicación pueden emitir desde su producción de bienes (productos comunicativos), un conjunto de mensajes contenidos de signos, códigos o símbolos, creando y/o promoviendo formas de pensamiento a nivel individual y colectivo que responden a esa lógica inobjetable y mercantil que los medios de comunicación corporativa impulsan desde su hacer cotidiano.

## METODOLOGÍA

La metodología de esta investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

El diseño para el componente cuantitativo fue de tipo no experimental y descriptivo, según Mario Tamayo señala que la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos (Tamayo, 2004).

Se considera transversal porque se analizaron los productos comunicativos de los periódicos entre el periodo 01 de junio de 2013 hasta el 31 de diciembre de 2015. Durante esta cohorte de tiempo se identificaron 63 unidades de análisis entre los géneros de las noticias nacionales, reportaje, columna de opinión, editorial y noticias internacionales que incluyan a niñas y adolescentes hondureñas.

Para el componente cualitativo el diseño fue de carácter fenomenológico, el cual según Edmund Husserl, el método fenomenológico no parte del diseño de una teoría, sino del mundo conocido, del cual hace un análisis descriptivo en base a las experiencias compartidas.

Para la revisión de los periódicos se hizo uso de la técnica de análisis de contenido, a partir de la que se construyó una base de datos en el programa Windows File Maker Pro y posteriormente se trasladó al programa estadístico SPSS, resultando así las frecuencias de la parte cuantitativa.

## HALLAZGOS

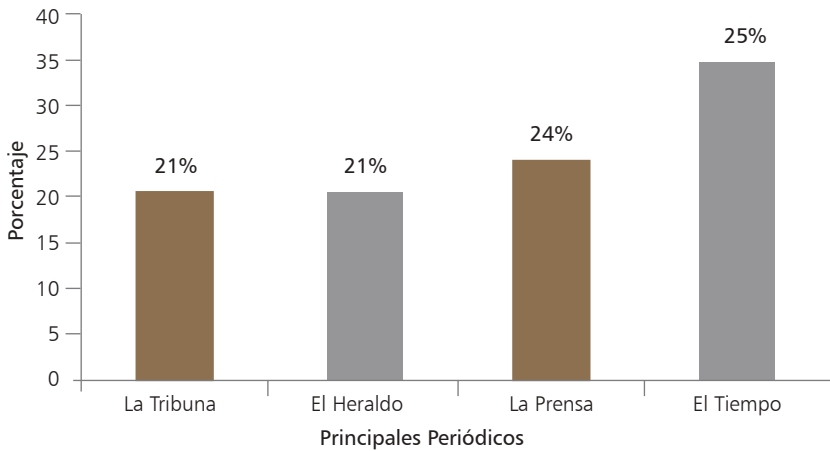
Los periódicos que más han publicado productos comunicativos sobre embarazo en adolescentes fueron el Diario El Tiempo 35% y La Prensa 24%, ambos ubicados en la ciudad de San Pedro Sula, y con un 21% y un 13% respectivamente el diario La Tribuna y El Herald, ambos de la ciudad de Tegucigalpa (Gráfico 1).

Lo anterior denota la poca visibilidad que se le brinda al embarazo en adolescentes, ya que los diarios El Tiempo y La Prensa contaron

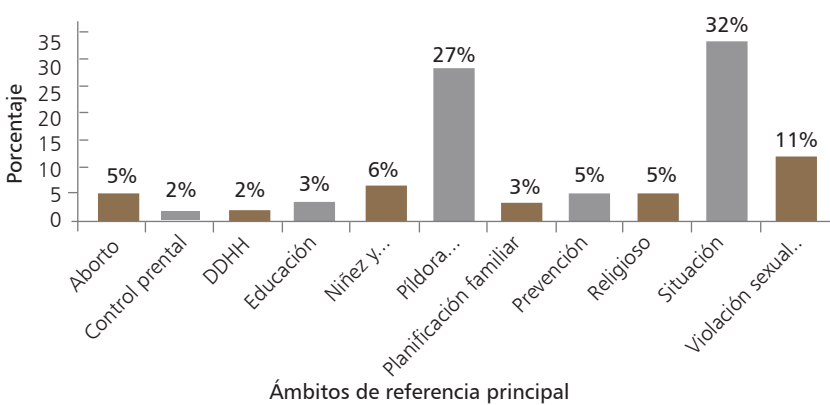
**La producción social de comunicación es punto de partida para estudiar las relaciones que existen entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de las sociedades.**

---

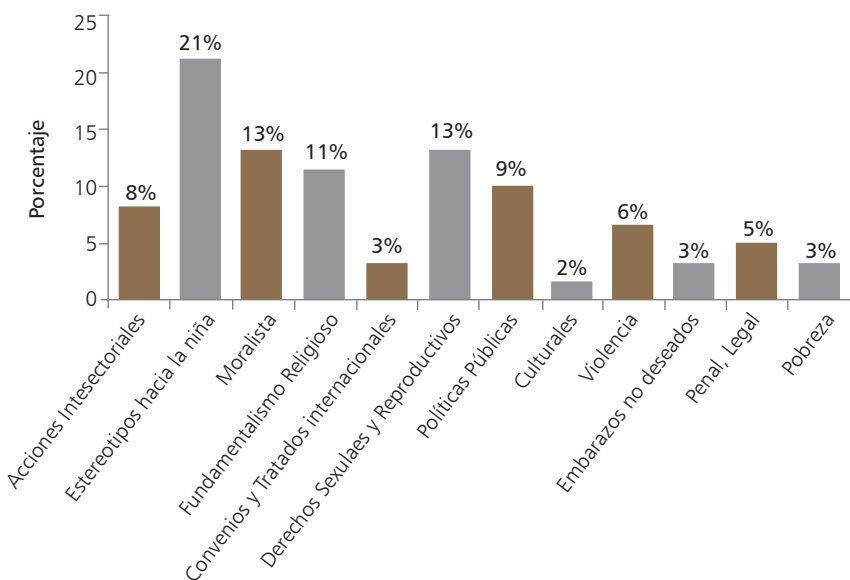
**Gráfico 1. Periódico que publicó más productos comunicativos sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



**Gráfico 2. Tema principal sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



**Gráfico 3. Discurso sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



con más productos comunicativos los mismos fueron con un abordaje acotada.

La mayoría de los productos comunicativos se concentraron en la situación del embarazo en adolescentes 32%, píldora anticonceptiva de emergencia (PAE) 27%, violencia sexual contra la mujer 11%, aborto 5%, prevención 5%, religioso 5%, niñez y adolescencia 6%, educación 3% y derechos humanos 2% (Gráfico 2).

Esto indica que el abordaje del embarazo en adolescentes se realiza sin mayores explicaciones y obviando el entorno que envuelve tal temática y que debe ser tomado en cuenta al momento de identificar las fuentes, los datos y las imágenes que darán soporte al producto comunicativo.

Se encontró en los productos comunicativos que el discurso sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita, correspondía un 21% estereotipos hacia la niña y un 2% a un discurso de corte cultural (Gráfico 3).

Las niñas y adolescentes son tratadas en los productos comunicativos desde un prisma de prejuicios y estigmas que refuerza imaginarios hegemónicos en los que el niño y/o pareja de la niña no tiene responsabilidad con el embarazo y no está obligado a ejercer su paternidad responsable, fomentando el imaginario predominante de ser mujer en un sistema capital y patriarcal, en el que, la niña es más débil y se debe dedicar únicamente a dos funciones: la vida doméstica y/o ejercer el rol materno.

Cabe destacar que a pesar de que el Presidente y la Primera Dama denominaron al embarazo en adolescentes como un problema de salud pública prioritario en su mandato, la visibilidad y el tratamiento comunicativo brindado al mismo, nunca estuvo presente como noticia de primera plana y tampoco tuvo la magnitud en tanto un abordaje periodístico con enfoque de los derechos sexuales y reproductivos.

La principal fuente consultada para la elaboración de los productos comunicativos fueron 18% representantes de instancia gubernamental, y la fuente menos consultada fue la víctima y/o adolescente 2% (Gráfico 4).

Sobre las fuentes consultadas, es relevante hacer énfasis en que se acude a diferentes per-

sonajes, pero se ignora a la misma niña como fuente clave de información y testimonio, remitiendonos a indagar a otros individuos que no piensan y tampoco sienten como la misma niña, que más allá de ser una víctima es una sujeta con derechos humanos.

El tipo de género desde el cual se realizó el abordaje periodístico es importante ya que en virtud del mismo se puede reflejar la extensión y profundidad con la que se realiza el relato del producto comunicativo. Para este estudio 59% corresponde al género periodístico de la noticia, 32% reportaje, 5% columna, 3% editoriales y 2% otros que no corresponden a ninguno de los anteriores (Gráfico 5).

En este estudio se encontró que el tipo de abordaje brindado al embarazo en adolescentes fue sobre hechos 54%, declaraciones 27%, ambos 10% y otros 10% (Gráfico 6).

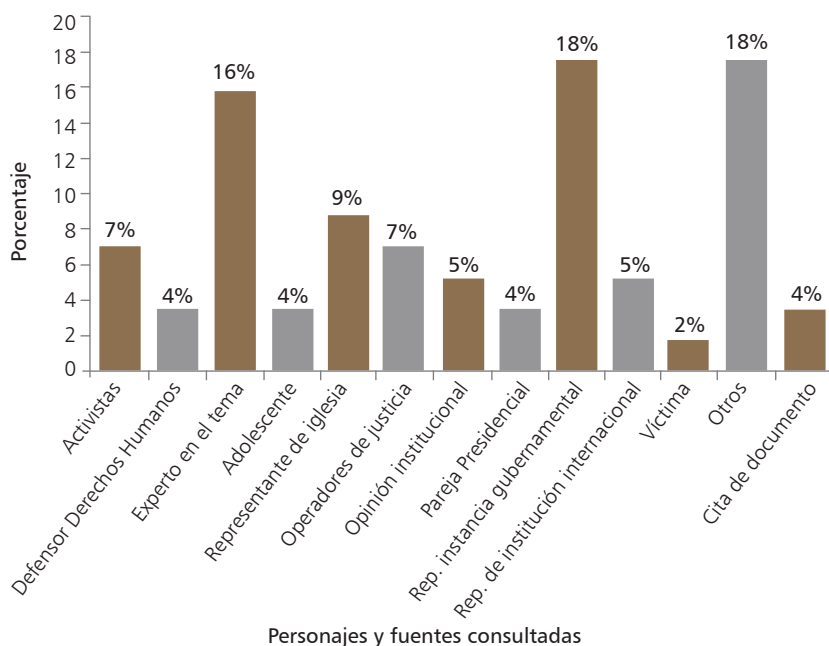
La clase de personajes que se identificaron en los productos comunicativos un 22% se referían a las niñas y adolescentes y 3% para defensores de derechos humanos, niño (pareja de la niña) y otros personajes (Gráfico 7).

En la mayoría de los titulares contenidos en los productos comunicativos destacan conceptos que aluden un tratamiento peyorativo y estigmatizante en detrimento de las adolescentes. Como se observa en el cuadro 1 sobre algunos ejemplos de titulares en los cuatro periódicos analizados para este estudio.

Entre los mensajes que trascienden sobre embarazo en adolescentes en los corpus de los productos comunicativos en la prensa escrita. Honduras 2015, se evidencia que muchos de estos relatos están consignados en fundamentalismos religiosos y moralistas, así como culpabilizantes en deterioro de la adolescente.

Así como se enfoca en un aspecto meramente educativo soslayando el resto de los factores que inciden en que una adolescente tenga una maternidad. La mayoría de los mensajes de prevención y basados en la equidad de género se dieron desde declaraciones de actores de instancias no gubernamentales, de cooperación internacional y defensores de derechos humanos. Se observa en el cuadro 2 una muestra de los mensajes:

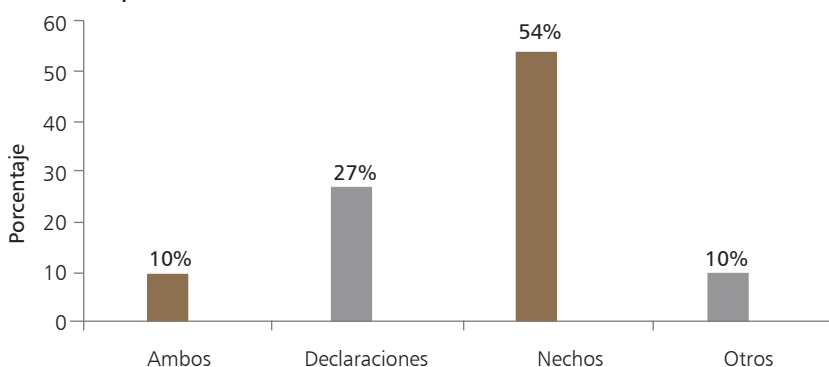
**Gráfico 4. Fuentes consultadas sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



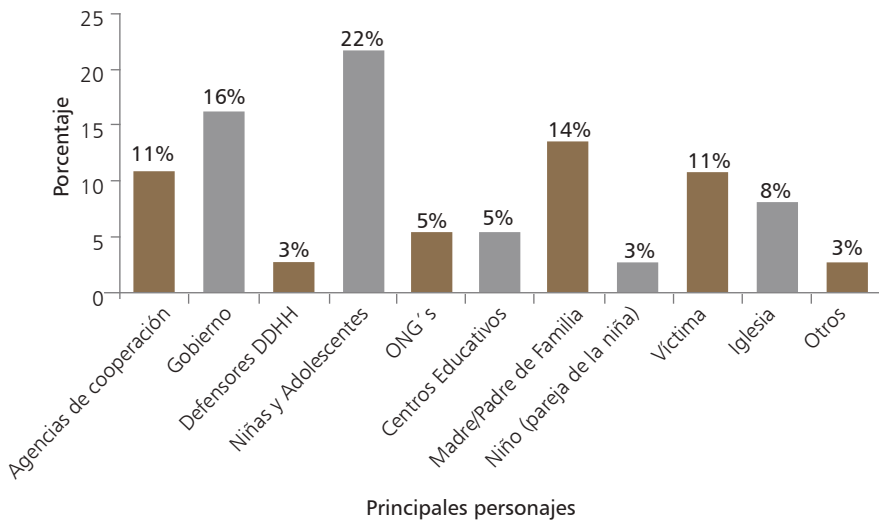
**Gráfico 5. Tipo de género periodístico sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



**Gráfico 6. Abordaje sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



**Gráfico 7. Clase de personajes sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015**



**Cuadro 1. Titulares sobre embarazo en adolescentes en prensa escrita. Honduras, 2015.**

Diario La Tribuna
"Madres a los 12 años. Alarma Nacional"
"Se incrementa el porcentaje de adolescentes embarazadas"
"Dos millones de niñas se embarazan anualmente en países subdesarrollados"
"Honduras disputa primer lugar de embarazos en adolescentes"
Campaña "Piensalo bien" prevé disminuir embarazos en adolescentes
"En escuelas y colegios están como en tiempos de Sodoma y Gomorra"
Diario El Heraldo
"Niñas entre 12 y 17 años salen embarazadas"
"Buscan impulsar derechos de la mujer"
"Embarazo adolescente, alerta temprana de la desigualdad"
"No es matando como se previenen embarazos"
"El 10% de los partos son prematuros en el HEU"
"Sugieren debatir posiciones sobre el aborto"
Diario Tiempo
"35 por ciento de jovencitas pobres sale embarazada"
"Jóvenes de Intibucá aprenden a evitar el VIH y los embarazos"
"24 por ciento de las adolescentes tienen vida sexual antes de los 19"
"Jovencita de 12 años da a luz en el Rivas"
"Sube cifra de niñas embarazadas en el HEU"
Diario La Prensa
"Solo 25 de 300 jóvenes van a control prenatal"
"En más del 33% aumentan embarazos en adolescentes"
"Sampedranas prefieren las pastillas para planificar"
"Cardenal rechaza uso de las PAE"
"El libertinaje se desata en colegiales"
"Menores creen que píldora de 24 horas salva de todo": Salud

En este estudio se evidencia que a la niñez y adolescencia se le resignifica desde los medios de comunicación en un sentido victimizante, en el que la figura de la niña se instrumentaliza, ya que la narrativa que se construye en los relatos contenidos en los productos comunicativos identificados en este estudio la presentan desde la arista del morbo y el amarillismo, en un sentido condenatorio por sus conductas calificadas como "inmorales" o "impropias" lo que las coloca en un equilibrio desigual frente al resto de la sociedad, las prácticas comunicativas de los y las periodistas con relación al embarazo en adolescentes se delimita por una inclinación a citar fuentes oficialistas (funcionarios públicos, representantes religiosos y expertos en el tema).

No obstante, lo anterior no permite tener más información de carácter estadístico que se relacione con lo que se emite desde las fuentes de información, la resignificación que se brinda a través del proceso de construcción del producto comunicativo a través de los textos, los símbolos, las imágenes etcétera, ritualizan y mitifican el ser niña y adolescente en la sociedad hondureña, ya que desde los medios de comunicación se les invisibiliza y se coarta su poder de agencia y emancipación.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los cuatro periódicos hondureños analizaron principalmente el embarazo en adolescentes desde temas coyunturales como ser el uso de la Píldora Anticonceptiva de Emergencia (PAE) y el Aborto, lo que evidencia el control del Estado y los grupos fundamentalistas religiosos sobre la sexualidad del cuerpo como dispositivo de control.

El tratamiento comunicativo proporcionado al tema se basó en un discurso que fomenta representaciones de estereotipos, prejuicios y estigmas sobre la niña de corte moralista y patriarcal.

El tema de educación sexual y reproductiva como dimensión de prevención del embarazo en adolescentes fue casi nulo, reflejado en el relato noticioso y aún más en los discursos de las fuentes y/o personajes consultados, lo que amplía la brecha de acceso a información en salud sexual y reproductiva como un derecho humano.

La representación que se hace de la mujer en la prensa, es definida en función de su naturaleza en relación con el hombre, en una perspectiva sexual, maternal y matrimonial, legitimando su rol como objeto sexual, las niñas —en lo que atañe a este estudio de investigación— son objeto de noticia desde una perspectiva inequitativa, ya que se obvia el papel que el resto de actores y sujetos en la sociedad juegan al momento de suscitarse el embarazo en las adolescentes, revictimizando a las niñas lo que las vulnerabiliza aún más.

Es fundamental que los medios de comunicación realicen un abordaje periodístico en el que se considere de forma contundente el principio de protección a la niñez, considerar los instrumentos legales a nivel internacional, nacional y su aplicación local es fundamental al momento de tratar la información, el periodista debe ser un veedor y abogar por el cumplimiento de las políticas públicas y los derechos de las niñas y niños.

En el abordaje periodístico es importante hacer uso de otros géneros, además de la noticia, como forma de contribuir a un ejercicio periodístico con mayor profundidad que investigue las causas, efectos y los determinantes que influyen en el embarazo en adolescentes, para esto el género del editorial es oportuno.

Es necesario promover entre los medios de comunicación la participación de las niñas y adolescentes como informantes claves de su situación y entorno, especialmente cuando los productos comunicativos se refieren a la vulneración de sus derechos, con el propósito de potenciar a las niñas y adolescentes como actores políticos “activos” y no solo como víctimas.

Es de carácter relevante que los medios de comunicación promuevan acciones de incidencia en la agenda pública y política del país, mismas que deben incorporar una perspectiva generacional, es importante tener en cuenta que no es lo mismo prevenir riesgos que garantizar derechos; por lo que las políticas públicas deben considerar los ciclos de vida y en ese sentido priorizar las acciones en las causas y sus determinantes sobre la población adolescente del país.

## Cuadro 2. Mensajes sobre embarazo en adolescentes en los productos comunicativos en prensa escrita. Honduras, 2015.

<b>Diario La Tribuna</b>
A puros mensajitos y chat enamoran a miles de “cipotas”.
Docena de niñas “panzonas” llegan a diario al Hospital Escuela.
Es raro ver la figura del padre; las “cipotas” siempre llegan acompañadas por sus madres, amigas o primas.
“Estamos obligados en dar a las jóvenes la oportunidad que tiene el varón de salir adelante. Tenemos que hacer un cambio cultural y tenemos que empezar por educar a los padres. Las iglesias son grandes protagonistas”.
Iglesia Católica: “No mataras”, reza el quinto mandamiento.
<b>Diario El Heraldo</b>
En el mayor de los casos, las niñas rurales o empobrecidas son más proclives.
Lo más que hay son programas sociales con bajos presupuestos que los consume la burocracia ineficiente y que se concentran en las ciudades, cuando estamos viendo que los embarazos adolescente vienen aumentando en las comunidades rurales.
“No es matando como se previenen embarazos”.
Honduras se encuentra en una lista de 12 países donde la violencia física y sexual contra la mujer está muy extendida.
<b>Diario Tiempo</b>
“Si usted tiene una joven instruida en educación sexual, difícilmente va a salir embarazada”.
Las adolescentes de Honduras han salido embarazadas en un 25 por ciento más de alguna vez.
Un estudio refleja que es un problema educativo. Gobierno lanza la campaña denominada “Porque me quiero me cuido”.
En el contexto del problema del embarazo prematuro, es evidente la incidencia negativa de las campañas contra determinadas prácticas anticonceptivas —entre ellas el recurso a la pastilla anticonceptiva de emergencia (PAE)—, por parte de organizaciones religiosas fundamentalistas, a contracorriente de los derechos humanos propios de la mujer.
De aprobarse uso de las PAE se abriría la puerta al aborto.
<b>Diario La Prensa</b>
“Se necesita fortalecer programas para que las familias se unan con la recuperación de los valores y así los niños y jóvenes no sean mal influenciados”.
“Por su edad ellas desconocen que son pacientes de riesgo, las muertes que hemos tenido en maternidad han sido de adolescentes porque no se controlan los embarazos”.

## BIBLIOGRAFÍA

- Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Serrano, M. M. (2008). *La Mediación Social*. Madrid: Akal.
- Tamayo, M. T. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa Noriega.