

# La construcción pública del embarazo adolescente como responsabilidad individual: una aproximación semiótica a la publicidad social

Paulina Reynaga Berumen

## *Introducción*

Pese a que el embarazo en adolescentes no es un fenómeno nuevo, su aparición en diversas arenas de discusión como un urgente problema de salud pública sí lo es. Esta reciente construcción del embarazo adolescente como problema social es un suceso que obedece a la manera en que se interpretan las aristas del fenómeno y a los significados culturales predominantes sobre las jóvenes embarazadas.

Este capítulo demuestra cómo el embarazo adolescente se construye como problema social en la publicidad social de una institución encargada de regularlo. Con tal propósito, se presenta un análisis semiótico de la definición de este tipo de embarazo dentro de dos productos audiovisuales de publicidad social. El caso de estudio es una campaña generada por el Consejo Nacional de Población en México. Los productos se difundieron durante el periodo 2013-2014 y se caracterizaron por definir al embarazo adolescente y su prevención como una responsabilidad individual de cada joven y por emplear un lenguaje ambiguo y muy velado para referirse al embarazo y a las prácticas sexuales.

## *El embarazo adolescente: un problema social que se construye*

En México, así como en otros países de Latinoamérica, la figura de la madre se ha establecido y representado como un estadio ideal en el desarrollo de la mujer, como si no se fuera enteramente mujer ni se es-

tuviera completa hasta haber pasado por la experiencia de tener hijos (Asakura, 2005). La imagen de la buena madre en estos países incluso ha llegado a ser mostrarla como un ser humano aparte, con atributos intrínsecos únicamente a la naturaleza maternal (Valladares, 2005).

Sin embargo, cuando la maternidad no ocurre bajo las condiciones que se estiman como las más adecuadas (en la edad adulta, con independencia económica, preferentemente dentro de un matrimonio heterosexual), ésta tiende a considerarse como un acontecimiento problemático. Esto es precisamente lo que ocurre con los embarazos adolescentes, mismos que han adquirido una gran visibilidad mediática en las últimas décadas.

El fenómeno del embarazo y la maternidad en mujeres menores de 20 años de edad definitivamente no es en sí mismo un acontecimiento reciente, pero ha cobrado relevancia en nuestro país dentro de las agendas de instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y medios de comunicación desde la década de los setenta (Szasz, 2012) y actualmente hasta se le ha llegado a considerar como uno de los principales problemas de salud pública del país (Reséndiz, 2015; Tamés, 2014; Nájar, 2014; Olivares, 2014).

El protagonismo que ha alcanzado el embarazo adolescente pareciera apuntar a que es un tema muy novedoso, sin embargo, su relativa notoriedad puede explicarse desde dos sucesos históricos. El primero es la emergencia de la etapa de la vida llamada «adolescencia» como consecuencia de los cambios económicos y sociales que trajo consigo el desarrollo industrial de occidente, los cuales obligaron a repensar la estructura familiar, los roles de género y la transición de la niñez a la adultez (Pineda y Aliño, 2002). A partir de este momento los niños tardaban mucho más tiempo en alcanzar la edad adecuada para dejar el núcleo familiar y comenzar su vida independiente. La necesidad de nombrar a los jóvenes y a los adolescentes también se hace evidente cuando se identificaron con mayor especificidad e interés las necesidades de protección, salud y desarrollo de la niñez y de aquellas personas que no eran propiamente niños pero que ya transitaban hacia la adultez (*idem.*).

Además de la construcción social de la adolescencia, el segundo suceso histórico que permitió su identificación es la implementación de políticas para el control del incremento de la población mexicana en 1974. Claudio Stern (2012) explica que con su implementación ciertamente se dio una reducción en los índices de población, pero además se reconoció que el grupo de edades en donde se presentó menor disminución de fecundidad fue entre adolescentes y jóvenes. Así fue como este grupo de edad empezó a cobrar notoriedad por sus prácticas reproductivas, mismas que, al no reducirse significativamente con el paso del tiempo dieron pie a que el Estado buscara maneras de regularlo. Esta necesidad implica que el Estado se pronuncie con respecto al embarazo adolescente de manera pública: por medio de los discursos de sus instituciones de salud, de sus políticas públicas, de sus campañas de prevención y materiales de educación sexual, entre otros.

Al momento en que el embarazo adolescente empieza a nombrarse como tal, se le han asignado características y problemáticas que lo distinguen de otros tipos de embarazo. Más allá del hecho de que se da entre los 12 y 19 años de edad, hoy en día las reflexiones en torno a él son abundantes y prevalece la noción de que la adolescencia no es el mejor momento para contraer un embarazo, que trae consigo dificultades individuales, dificultades en el núcleo familiar, incapacidad para continuar con la educación y peligros para la salud de la adolescente durante la gestación (Arrieta y Nuño, 2012; Stern, 2012). Es así como al definir al embarazo públicamente, se le está caracterizando ante todo como un problema.

No obstante, autores como Claudio Stern (2012), Lisa Arai (2009), Mirelda Reyes y Karla Rivera (2006) afirman que, sin negar que un embarazo pudiera conllevar situaciones problemáticas, muchas veces éste es vivido como consecuencia del entorno cultural en donde se da. Es decir, no es el embarazo adolescente el causante de condiciones de vida conflictivas, sino que un entorno que dificulta el desarrollo es el que favorece la emergencia de este tipo de embarazo.

De acuerdo con Stern (2012), los cuatro argumentos más empleados para nombrar al embarazo adolescente como problema son: un

supuesto aumento del embarazo entre adolescentes, la idea de que el embarazo adolescente abona al crecimiento acelerado de la población, los riesgos de salud que corren madre e hijo y la suposición de que el embarazo adolescente influye en el aumento de la pobreza. Sin embargo, el autor ha encontrado que es posible cuestionar y repensar estas cuatro premisas.

El debate en torno al primer argumento tiene que ver con lo antes mencionado: el embarazo adolescente no es un fenómeno reciente, su nombramiento e identificación como problema sí lo son. El segundo argumento también es cuestionable en tanto que, el aumento demográfico que se ha registrado como consecuencia de los registros del primer embarazo en edades tempranas, por lo general se presenta en sectores de pobreza, los cuales han demostrado tener mayor crecimiento poblacional independientemente de las edades de las madres (*idem.*).

Con respecto a los riesgos de salud, éstos no son exclusivos del embarazo en la edad adolescente. El riesgo que envuelve al embarazo en la adolescencia es similar a los que éste conlleva en la edad adulta y lo que tiende a complicar los embarazos en la edad temprana son condiciones de salud preexistentes que se asocian más a los sectores sociales pobres que a cierto rango de edad: mala nutrición, atención médica de baja calidad o inexistente, entre otras (*idem.*).

En estos términos, la relación que existe entre el embarazo adolescente y el sector social pobre parece un círculo vicioso. Si bien es común considerar que un nivel de desarrollo económico bajo es consecuencia de la escasez de oportunidades educativas y laborales para las madres adolescentes, también puede proponerse lo opuesto: la escasez de oportunidades asociada a los sectores sociales más pobres (*idem.*) y entornos conflictivos (Cooper, 2003) genera las condiciones que conllevan al embarazo adolescente.

Además de esta segmentación del embarazo adolescente según el nivel socioeconómico, los estudiosos de este fenómeno han encontrado que el entorno cultural juega un papel crucial en las significaciones, problemáticas o no, que se generan en torno a él. Como muestra se

pueden considerar los entornos en los cuales éste es visto como algo que normalmente ocurre generación tras generación, sin constituir necesariamente una situación indeseable o socialmente inaceptable (Stern, 2012; Arai, 2009; Reyes y Rivera, 2006).

Stern (2012) también reconoce que los aspectos culturales del fenómeno aún quedan por explorarse a cabalidad, lo cual no es de extrañarse, pues existe una gran cantidad de entornos culturales en donde se generan significados sobre el embarazo así como diversos actores sociales que abonan a la construcción de su definición.

Con base en las reflexiones anteriores, este estudio supone que el embarazo adolescente no sólo es una tipificación reciente del mismo embarazo sino que además constituye un problema social construido. De acuerdo con Alejandro Frigerio (1995), la perspectiva constructivista de los problemas sociales reconoce que un problema social es colectivamente definido cuando existen reclamadores (actores que denuncian el problema desde sus propias definiciones y proponen cuál debería ser su solución), medios de comunicación que den cobertura al reclamo, una cultura popular que ponga de manifiesto las tensiones que existen en torno a la problemática (productos de consumo, mitos urbanos) y una arena o ámbito social en donde transcurre este proceso (debates legislativos, comunidades científicas o religiosas).

La perspectiva constructivista de los problemas sociales también propone que una vez que ha transcurrido este proceso de definición colectiva del problema social, se generan posibles soluciones, las cuales están supeditadas a dicha definición y por lo general se traducen en políticas públicas (Best, 1989). Después de que el problema social pasa por los creadores de políticas públicas, inicia lo que Best (2013) denomina como la etapa de trabajo de problemas sociales, en la cual las agencias y organizaciones encargadas de dar seguimiento al problema implementan las acciones recomendadas por las instancias que lo han reconocido de manera oficial. Por último, los cambios implementados generan reacciones, ya sea por la forma en que los recibe el público o porque los reclamadores consideran que no se ha hecho lo suficiente o que aún es necesario seguir manifestándose.

Sobre esta base, puede considerarse que las soluciones posibles al embarazo adolescente son una extensión de su definición como problema social, puesto que cuando se materializan en políticas y campañas públicas, éstas legitiman cuáles de sus características son «problemáticas» y cuáles no. Así, las significaciones que predominan contribuyen a su construcción como problema, pero desde una postura oficial que además tiene el potencial de afectar las vidas de quienes viven o podrían vivir un embarazo durante la adolescencia.

Partiendo de esta perspectiva, el trabajo que aquí se presenta analiza cómo es que en dos productos de publicidad social para prevenir el embarazo adolescente se conjugan múltiples significaciones que abonan a que este fenómeno se construya como un problema social. Dichos productos provienen de una institución pública encargada de regular la fecundidad en México —el Consejo Nacional de Población (CONAPO)— por lo que el discurso que conforman representa a varios de los reclamadores de los que habla Best (1989). Algunos de ellos son los especialistas, los profesionales y los funcionarios encargados de diseñar, producir y difundir los productos de publicidad social y que pueden generar sentidos sobre este tipo de embarazo.

### *La publicidad social como mecanismo para la construcción de los problemas sociales*

De acuerdo con Alvarado (2010), la publicidad social consiste en actividades y productos comunicativos que —idealmente— carecen de objetivos comerciales, sirven a causas de interés social y buscan contribuir al desarrollo social. Al ser publicidad, este tipo de comunicación se caracteriza por ser persuasiva, pagada, intencional y en, muchos casos, por formar parte de programas de cambio social. Por definición, la publicidad social se ha adscrito a causas concretas de interés social, tanto en sectores privados como públicos, por lo que sus productos constituyen algunos de los principales mecanismos para definir, difundir y enfrentar diversas problemáticas sociales.

Como se indicó, durante la etapa de trabajo de problemas sociales los actores encargados de enfrentar estas problemáticas implemen-

tan acciones concretas que generen reacciones de los reclamadores (Best, 2013). No obstante, cuando en esta etapa los actores emplean a la publicidad social como un mecanismo de difusión de sus acciones –políticas, programas, entre otros– inevitablemente están continuando con el proceso de definición y construcción del problema social.

La construcción se retoma porque la difusión de la publicidad social vuelve a colocar al problema social en medios de comunicación que darán cobertura a versiones específicas del reclamo inicial. Del mismo modo, la circulación del problema social en medios lo reinstaura en arenas de debate en las cuales se retoma su construcción.

Sin embargo, la principal razón por la cual la publicidad social continúa con el proceso de construcción de los problemas sociales reside en las características intrínsecas de este tipo de comunicación. La publicidad social es esencialmente persuasiva, toma posturas de manera intencional, y al carecer de objetivos comerciales, busca producir sentido sobre valores, necesidades y situaciones de índole muy sensible, tanto para el individuo como para la colectividad (Alvarado, 2010).

Aunado a ello, las significaciones con las cuales las instituciones reguladoras del embarazo adolescente lo construyen dentro de la publicidad social, también legitiman aquello que es problemático del embarazo en esta etapa y desde su postura oficial proponen *la definición* de un problema. Al hacer esto están tomando una postura sobre lo que es un embarazo en la adolescencia, sobre las prácticas en torno a éste y los actores con los que se le relaciona. Además están incorporando sentidos específicos para definirlo, están dejando fuera otros y están proponiendo soluciones y modos de comportamiento como pautas de acción ante él.

Del mismo modo, habría que considerar que las soluciones que proponen dentro de la publicidad social no son sólo una forma de enfrentar «el problema» sino que las definiciones empleadas pueden conformarse por caracterizaciones estereotípicas en menor o mayor grado, explicaciones incompletas o sesgadas que refuerzan aquello que aparenta ser problemático del embarazo adolescente de manera superficial. También podrían recurrir a las exageraciones manifes-

tadas por Stern (2012), y que difícilmente son cuestionadas, para emplearlas como recurso persuasivo. Más aún, sus pronunciamientos no son sólo acerca del embarazo como un ente independiente, también implican un posicionamiento sobre las personas que de alguna manera se ven involucradas o afectadas por éste. Bajo estas circunstancias, las definiciones del embarazo adolescente dentro de la publicidad social también definen a los adolescentes en función de las decisiones que toman al ejercer su sexualidad, los modos de hacerlo y cómo éstos podrían o no conllevar un embarazo como consecuencia en esta etapa de la vida.

*El embarazo adolescente: un problema, muchas miradas*

Como se ha argumentado, desde que se nombró al problema del embarazo adolescente como tal, éste ha permeado varias arenas de discusión. A partir de finales del siglo pasado, uno de los principales espacios en donde se ha dialogado en torno a éste ha sido la investigación científica. Un primer acercamiento a la literatura sobre el embarazo en adolescentes de inmediato manifiesta que la tendencia no ha sido cuestionar su configuración como problema. Más bien encontramos que la mayoría de las investigaciones se han orientado al conocimiento de sus causas, consecuencias y las maneras en que se les puede hacer frente. Dentro de las principales ópticas de estudio del embarazo adolescente una que sobresale es la biomédica, y aunque reconoce la influencia del entorno social y cultural en el fenómeno, las investigaciones se centran en las consecuencias problemáticas del embarazo en el desarrollo de la adolescente y en los métodos más efectivos para su prevención (Arrieta y Nuño, 2012; Ulanowicz *et al.*, 2006).

Pese a que una línea médico-social ha marcado la pauta en los estudios sobre el embarazo adolescente, no ha sido la única vía de abordaje. También se puede dar cuenta de trabajos que se han enfocado en las significaciones culturales del embarazo en jóvenes. Un nombre clave en este tipo de estudios es Claudio Stern (2012), quien durante las últimas décadas ha publicado varios artículos que invitan a pensar al embarazo adolescente sin suponer de antemano que



éste es un problema, sino adentrándose en el estudio detallado del origen económico, social y cultural de los argumentos que lo postulan como problema.

Noemí Ehrenfeld (2001) es otro gran referente al hablar del embarazo adolescente en México. Desde una visión sociológica de la sexualidad y de la salud, sus trabajos han mostrado que la gran atención que se le ha puesto al fenómeno tiene que ver con juicios que existen hacia las prácticas sexuales de los jóvenes, el aborto y un «pánico social» a la vivencia de la sexualidad fuera del matrimonio.

Otro acercamiento ejemplar, es el de las autoras Mirelda Reyes y Claudia Rivera (2006), quienes realizaron una extensa investigación sobre el embarazo en adolescentes de uno de los denominados «barrios populares» de la zona metropolitana de Guadalajara, cuyos resultados son muestra de que los sentidos que se generan en torno a este fenómeno no son homogéneos y tampoco son necesariamente problemáticos. Por un lado, algunos líderes de opinión lo veían como algo habitual y natural, pues varias generaciones de mujeres se han embarazado en edades tempranas en este entorno (*idem.*). Por otro lado, las conclusiones derivadas de lo que reportaron las jóvenes que se embarazaron en la adolescencia indican que el embarazo por sí mismo no es un problema sino que es una prueba de que la joven es sexualmente activa, y entre muchas de ellas éste era visto como un mecanismo que podría llevarlas a formalizar sus relaciones de pareja.

Este tipo de estudios que cambian la perspectiva tradicional del embarazo adolescente no son la norma, pero cobran cada vez más relevancia a medida que se le presta atención mediática al fenómeno. En otros países del Norte y Latinoamérica también pueden encontrarse estudios de este tipo y resulta relevante cómo incluso entre países con pocas características en común, los resultados muestran que las condiciones preexistentes de pobreza de las jóvenes, así como los sentidos culturales y mediáticos sobre lo que implica ser una madre en la adolescencia son los factores que más influyen en que el embarazo adolescente se defina en términos problemáticos (Cooper, 2003; Jackson, 2012; Aramburu y Arias, 2006; De la Cuesta, 2001).

*Propósitos del estudio*

Este estudio analiza cómo por medio de la publicidad social, una de la instituciones que regulan el embarazo adolescente en México, contribuyó a su construcción como problema social durante sus campañas de prevención del embarazo adolescente de 2013-2014.

Si bien se ha constatado la importancia de estas instituciones en la construcción del embarazo adolescente como problema mediante su publicidad social, el objeto de estudio de esta investigación es todavía más específico y se centra en el sustento cultural por medio del cual se construyen y sostienen las definiciones del embarazo adolescente de cualquiera de este y otros actores que intervienen en su configuración: las significaciones empleadas al designar al embarazo adolescente.

La efectividad y alcance de las supuestas soluciones que ofrecen instituciones reguladoras del embarazo son objeto de otro estudio pues lo que a éste interesa es conocer qué se está proponiendo como solución en su publicidad social, porque al hacerlo se está nombrando y construyendo a un problema desde una arena que potencialmente puede afectar la forma en que éste es vivido. Ello significa que al definir al embarazo adolescente desde las instituciones reguladoras también se toma postura sobre las adolescentes embarazadas, las adolescentes madres, los adolescentes sexualmente activos, los adolescentes que optan por la abstinencia, los adolescentes que se protegen durante los actos sexuales, los que no toman precauciones, los riesgos de la adolescencia que podrían tener como consecuencia el embarazo, entre otros.

Los posicionamientos sobre estos tipos de adolescentes y sus decisiones no son cosa menor, pues tienen implícita la intencionalidad detrás de las políticas públicas y campañas de prevención del embarazo que emergen de las instituciones reguladoras. Por ejemplo, el embarazo adolescente podría ser presentado bajo una luz exageradamente negativa para generar miedo entre los adolescentes e instarlos a tomar medidas para no tener hijos.

Además, el tipo de medidas de prevención que se ofrezcan dice mucho sobre la postura e intención de cada institución. Si predomina la

abstinencia como el método más recomendable o si el ejercicio de la sexualidad se caracteriza negativamente, entonces podría ser que el poner al embarazo adolescente como problema al centro de una campaña sea un pretexto para regular las prácticas sexuales entre las personas jóvenes, e incluso para desalentarlas. Si por el contrario, el ejercicio de la sexualidad no es central en los discursos sino que son las consecuencias y dificultades de la crianza de los hijos, podría ser que la postura de la institución esté motivada por intereses económico-demográficos y lo que se busque sea disminuir las tasas de fecundidad específicamente en el sector poblacional joven.

A partir de las reflexiones anteriores se plantea que las plataformas empleadas por las instituciones reguladoras –tales como la publicidad social–<sup>1</sup> para proponer soluciones al problema del embarazo adolescente operan como otra arena en la cual éste continúa consolidándose como problema social, favoreciendo posturas muy específicas (y en ocasiones sesgadas) sobre un tema que es de interés público.

La investigación que aquí se presenta analiza las significaciones con las que una institución reguladora del embarazo adolescente lo define desde sus posibles soluciones sintetizadas en dos productos audiovisuales de publicidad social. Con ello también se busca encontrar algunas características del embarazo adolescente con las cuales el CONAPO lo define y contribuye a su construcción como problema.

Para cumplir tales objetivos se responden las siguientes preguntas: ¿cuáles son las significaciones por medio de las que el CONAPO define al embarazo adolescente en su campaña de publicidad social? y ¿a partir de cuáles significaciones el CONAPO define al embarazo adolescente como problema?

---

<sup>1</sup> Aunque en este estudio se analizan las posturas de la institución reguladora del embarazo adolescente desde una campaña de publicidad social, las maneras en que ésta abona a la construcción del fenómeno como problema también podrían estudiarse desde otros mecanismos, tales como declaraciones, documentos oficiales, políticas públicas concretas, entre otros.

La hipótesis previa al análisis es que dentro de la campaña de publicidad social seleccionada se define al embarazo adolescente con características negativas o peyorativas con la intención de controlar los índices de fecundidad en este sector poblacional. También se supone que las campañas se centran en la presentación de las consecuencias del embarazo como impedimentos para el desarrollo satisfactorio de los jóvenes.

Lo anterior se sustenta principalmente en estudios como los de Claudio Stern (2012) o aquellos recopilados por Ojeda (2003), en los cuales se concluye que la apuesta de las instituciones que afrontan al embarazo adolescente se inclina a la educación reproductiva y la promoción de métodos anticonceptivos para retrasar la edad del primer embarazo, por lo que es probable que las significaciones del embarazo lo muestren como un suceso negativo durante la etapa adolescente y que debe evitarse. En estos términos se anticipa que la intencionalidad detrás de la campaña de prevención no tendría por qué buscar controlar el ejercicio de la sexualidad de los adolescentes sino persuadir a los jóvenes para que orienten sus prácticas de modo que éstas no tengan como resultado un embarazo.

Para formular la hipótesis también se ha tomado en consideración una de las principales tendencias en investigación sobre embarazo adolescente (Stern, 2012), la cual ha insistido en presentarlo como un acontecimiento que afecta negativamente el desarrollo integral de las adolescentes y que incluso pone en peligro la vida (Arrieta y Nuño, 2012; Fuentes *et al.*, 2008). Puesto que el objetivo de muchas investigaciones científicas de este tipo es dar recomendaciones que aporten a la creación de políticas y campañas públicas que prevengan el embarazo adolescente (Arrieta y Nuño, 2012; Reyes y Rivera, 2006), existe la posibilidad de que este tipo de conclusiones académicas permeen la postura de las instituciones de reguladoras.

Por último, habría que considerar que la institución reguladora que se eligió para este estudio, el CONAPO (2014), tiene como uno de sus objetivos principales garantizar el bienestar y desarrollo familiar en México por medio del control poblacional, por lo que es de espe-

rarse que sus campañas centren su producción de sentido en cómo el embarazo adolescente puede obstaculizar el desarrollo de los jóvenes.

*La semiótica de la cultura como mirada para analizar las significaciones en una campaña de publicidad social*

Dentro de este estudio, al hablar de significación se entiende que ésta es el resultado final de los procesos de producción de sentido. Aunque dichos procesos han sido abordados desde diversas perspectivas teóricas, se optó por una mirada semiótica para describir el proceso en la construcción del embarazo adolescente como problema.

La semiótica se ha caracterizado por estudiar los procesos de significación (semiosis), a partir de los signos y sistemas sémicos por medio de los cuales se llevan a cabo (Vidales, 2008; Zecchetto, 2002; Lotman, 1996). Esto indica que además de dedicarse al estudio de la producción de sentido a partir de los signos, también se ocupa de conocer cómo es que a estos signos se les atribuye significado, cómo se clasifican, cómo se interrelacionan, cómo se organizan y transforman.

La segunda mitad del siglo XX vio nacer en un momento específico de los estudios semióticos a la semiótica de la cultura. Esta orientación emergió del desarrollo logrado por las dos principales tradiciones semióticas del momento, la de Ferdinand de Saussure y la de Charles Sanders Peirce (Eco, 1978; Zecchetto, 2012) y se caracterizó por su interés en pensar ambas corrientes: ya fuera para unificarlas o para cuestionarlas (Vidales, 2010). Si bien son varios los autores asociados a la semiótica de la cultura, este estudio se hará desde la mirada de Iuri Lotman (1996), cuyo enfoque sobre los procesos de semiosis deja de concentrarse en el signo y apunta hacia el texto.

De acuerdo con Lotman, el texto consiste en «un complejo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar los mensajes recibidos y de generar nuevos mensajes, un generador informacional que posee rasgos de una persona con un intelecto altamente desarrollado» (1996: 56). Este postulado propone que el texto es una entidad más abstracta que el signo, puesto que comprende varios códigos y subtextos, los cuales se sostienen a partir de la organización y clasi-

ficación de sistemas de signos. En este caso, resulta inútil estudiar a los signos como unidad mínima, pues éstos no dicen nada por sí mismos, lo importante es lo que el texto significa en un conjunto de códigos, y los mensajes nuevos que es capaz de generar a partir de la información de su entorno.

Lejos de ser un mensaje lineal dirigido al destinatario, el texto es una entidad que puede transformar mensajes y producir nuevos (Lotman, 1996). Bajo estas condiciones, el texto no es un mensaje cualquiera, es un mensaje que en sí mismo porta memoria colectiva y es capaz de transformarse al interactuar con su lector. Es por ello que Lotman nos habla del texto casi como una persona autónoma, pues en sí mismo encierra a la cultura de la cual emerge pero además es capaz de generar mensajes nuevos de manera no finita, constituyéndose así como otro interlocutor. Para que un texto pueda consolidarse como tal, debe cumplir dos funciones: ser transmisor de significados y generador de nuevos sentidos (*idem.*). Es así que en este estudio se consideran como textos a los medios por los cuales la campaña de prevención del CONAPO transmiten significados y generan nuevos sentidos en su publicidad social: videos, carteles, spots de audio, entre otros.

Cabe señalar que para interpretar un texto es necesario conocer su relación con respecto a la cultura en la que se inserta. Para Lotman, los textos y otros sistemas de signos son formaciones semióticas de diversos tipos que existen en un continuum semiótico organizado, fuera del cual ninguno tiene capacidad de trabajar (*idem.*). Este continuum se llama semiosfera y consiste en un modelo dinámico que el autor adaptó por analogía al concepto de biosfera de Vernadski:

...tomado por separado, ninguno de ellos tiene capacidad de trabajar, sólo funcionan estando sumergidos en un continuum semiótico, completamente ocupado por formaciones semióticas de diversos tipos y que se hallan en diversos niveles de organización. A ese continuum, por analogía con el concepto de biosfera introducido por V. I. Vernadski, lo llamamos semiosfera (*ibid.*: 22).

Lo anterior implica que, como señala Vidales, todo el espacio semiótico es susceptible de contemplarse como «un mecanismo único en donde no resulta de mayor importancia un elemento aislado como tal, sino todo el ‘gran sistema’ denominado semiosfera, fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis» (2010: 80). En estos términos, fuera de la cultura de la semiosfera del texto, éste no podría producir sentido.

Desde el concepto de semiosfera, la semiótica de la cultura de Lotman (1998, 1999, 2003) permite observar los sistemas que intervienen en los procesos de semiosis, pero también dar cuenta del dinamismo que caracteriza a la cultura, así como su evolución en el tiempo, e incluso la emergencia de nuevos sistemas semióticos, de nuevas culturas. Si entendemos a la cultura de cierta comunidad, grupo o institución como semiosfera, entonces el proceso de la construcción del embarazo adolescente como problema puede leerse desde los sistemas de signos que intervienen en los procesos de semiosis que devienen en dicha construcción.

Mientras pueda delimitarse una semiosfera podrán establecerse los sistemas que operan dentro de ella así como los que se articulan en torno a ella, es decir, se podrán delimitar otras semiosferas que interactúen con y dentro ella. Siempre que el observador sea capaz de identificar la frontera de la semiosfera particular en la que se centrará su análisis, prácticamente cualquier sistema de signos tiene cabida en este gran continuum de sentido.

La semiosfera tiene una frontera que le imprime individualidad y que le permite distinguirse a sí misma como un sistema. La frontera semiótica es abstracta, pero al igual que las fronteras geográficas existe simultáneamente en el espacio sistémico y el extrasistémico—fuera de la semiosfera—. Además de ejercer una función de delimitación entre ambos espacios, la frontera semiótica es una suma de traductores o filtros bilingües por medio de los cuales traduce textos de otros sistemas a un lenguaje o lenguajes del espacio interno de la semiosfera. El resultado de este proceso de traducción y reconocimiento de lo propio y de lo ajeno resulta en la semiotización de hechos no-semióticos (Lotman, 1996).

En cada semiosfera sucede la cultura y cada semiosfera sucede en la cultura, y cada semiosfera es un participante del diálogo y un espacio del diálogo, fundamento de todos los procesos generadores de sentido (*idem.*). Dichos procesos son evidentes en virtud de la organización de la semiosfera, la cual es descrita por Lotman a partir de varios pares organizacionales. En este estudio se toman en cuenta cuatro pares de organización interna para conocer las significaciones sobre el embarazo adolescente que se generan a partir de los productos de publicidad social analizados.

*Núcleo/periferia*: Esta división es una ley de organización interna de la semiosfera. En el núcleo se encuentran las estructuras dominantes y autodescriptivas del sistema, mientras que estructuras amorfas y más ajenas (más no del todo excluidas) se encuentran dispersas hacia la periferia semiótica. Estas estructuras gozan de un dinamismo que permite que sus contenidos pasen del núcleo a la periferia y de la periferia nuevamente al núcleo (Lotman, 1996).

*Sistémico/extrasistémico*: Este binomio se asemeja con el ya descrito por compartir un constante arrastre de elementos extrasistémicos a la órbita sistémica y viceversa. Dicho dinamismo no debe considerarse una oposición constante, sino una relación mutua de interdependencia (Vidales, 2008). Con base en metalenguajes, se puede describir lo que es sistémico y distinguirlo de elementos extrasistémicos. Esta descripción presupone que lo extrasistémico puede ser conocido por lo sistémico, debido a que el caos extrasistémico es complemento del orden sistémico y no una realidad aislada (Lotman, 1998). Los procesos de traducción permiten que ocurran los desplazamientos y la emergencia de sentido.

*Descrito/no descrito*: Este par permite observar el aumento del grado de organización de un sistema a partir de los elementos que conforman su descripción (*idem.*). Este par sistémico hace referencia a todo lo que existe en los complejos sistemas culturales pero que no forma parte de la semiosfera específica que el observador ha delimitado. El desconocimiento de dichos elementos al momento de delimitar una semiosfera no les resta relevancia. Siguen existiendo a pesar de



que hasta que comienzan a ser descritos (aún como algo periférico o externo), se organizan dentro del sistema (Żyłko, 2005).

*Unívoco/ambivalente:* Esta es una característica de veracidad y se intensifica cuando existe cierta estabilidad o autorregulación en el sistema, sin embargo, cuanto más dinámico se vuelva éste, aumenta la ambivalencia del discurso (Lotman, 1998). En este caso, mientras más diversa sea la definición del embarazo adolescente y tome en cuenta la cultura dada, mayor será la ambivalencia del sentido que circule sobre él.

Cabe mencionar que existen otros dos pares de organización de la semiosfera: necesario/superfluo y modelo dinámico/lenguaje poético. No obstante, las limitaciones de este estudio no permitirán que se manifiesten, pues para identificar cómo se organiza el primero es recomendable hacer un análisis comparativo —de preferencia diacrónico—, mientras que el segundo sólo emerge a partir de textos de carácter artístico.

### *Metodología*

En este estudio se plantea conocer desde una mirada semiótica las significaciones por medio de las cuales se construye al embarazo adolescente en una campaña de publicidad social del Consejo Nacional de Población. La propuesta de la semiosfera de Iuri Lotman será empleada como base del análisis, y con ella los conceptos: texto, memoria, núcleo/periferia, sistémico/extrasistémico, descrito/no descrito y unívoco/ambivalente.

En la tabla 1 se presentan los indicadores por medio de los cuales se observa la producción de sentido en los productos que se analizan.

La campaña de publicidad social de prevención de la cual se desprende la materialidad del estudio fue generada por el Consejo Nacional de Población y según la institución, va dirigida a adolescentes y jóvenes con la intención de promover la vivencia de la sexualidad de manera segura (*Aristegui Noticias*, s. f.).

La relevancia del estudio de una campaña del CONAPO (2014) no es cosa menor. En marzo del año 1974, el consejo fue instituido como el

Tabla 1. Categorías e indicadores

Categorías		Indicadores
Texto	Significado transmitido	Diálogos/narraciones del texto
	Nuevo sentido generado	Interpretaciones generadas a partir de la interacción del texto completo*
Memoria	Códigos lingüísticos	Jerga, proverbios, sentencias, advertencias, doble sentido
	Códigos culturales	Vestimenta, entornos, prácticas, jerga, música y situaciones típicamente consideradas representativas de lo joven
Semiosfera	Frontera	Condiciones contextuales del texto, como ubicación geográfica y temporal, cualidades de la institución que lo genera, soporte de circulación
	Traducción	Filtros
		Metalenguajes como códigos lingüísticos y otros mecanismos de memoria cultural como estereotipos, anécdotas, jerga y referencias visuales
	Organización	Núcleo/periferia
		Sistémico/ extrasistémico
		Descrito/ no descrito
		Unívoco/ambivalente

\* En este caso, las significaciones generadas a partir del texto completo son las que se interpretaron al hacer el análisis. Otra vía de estudio sobre este fenómeno podría analizar, desde la semiótica, las interpretaciones que hacen las adolescentes embarazadas o en riesgo de embarazarse al interactuar con los textos seleccionados para el análisis.

organismo federal encargado de la planeación demográfica del país, buscando que su crecimiento fuera congruente con el desarrollo económico y social. En este sentido y en concordancia con la propuesta de Stern (2012), el CONAPO ha estado presente desde que el embarazo adolescente comenzó a considerarse como problema social en las ins-

tituciones públicas y se reconoció la «necesidad» de reducir la fecundidad en este grupo de edad. Por consiguiente, conviene conocer la significación del embarazo adolescente desde una institución que históricamente se ha dedicado en gran medida a definir tanto al «problema» como a las posibles soluciones.

Los productos de la campaña que se analizan en el estudio son dos textos audiovisuales que comenzaron a circular el 25 de noviembre de 2013 como parte de la mencionada campaña, misma que se caracteriza por dirigirse directamente a los adolescentes y jóvenes en un lenguaje muy familiar para ellos y sin condenar abiertamente las prácticas sexuales desde la adolescencia. La campaña completa consta de cuatro videos, tres carteles y tres spots de audio (*Aristegui Noticias*, s. f.). Los textos seleccionados para el estudio tienen duración de 19 segundos y 30 segundos y fueron pensados para la televisión. Sin embargo, el portal oficial de la campaña no especifica en cuáles canales de televisión fue transmitido (CONAPO, 2014).

El método y el instrumento de recolección de datos fueron seleccionados en función de que los textos analizados son de carácter audiovisual. Ello implica una mirada muy particular, pues la multiplicidad de lenguajes partir de los cuales se sostienen implica varios niveles de lectura, interpretación y producción de sentido. Aunque los límites de este estudio no permiten entrar a fondo en la reflexión sobre este tipo de textos, el análisis que se presenta más adelante hace un esfuerzo por tomar en cuenta —al menos de manera general— las particularidades que los caracterizan.

De acuerdo con el autor Francisco Gómez (2010), todo análisis audiovisual debe considerar las condiciones de la producción de la obra, así como una reflexión sobre la situación económica, política y social en el que ésta se inserta. Por ello propone un modelo de análisis audiovisual que toma en cuenta al entorno cultural que envuelve a los textos audiovisuales. Aunque la propuesta original no fue diseñada específicamente para analizar textos publicitarios sino más bien cinematográficos, el modelo se emplea en este estudio con pequeñas modificaciones debido a su adaptabilidad para analizar textos audio-

visuales en general. Dicho modelo es compatible con las visiones de producción de sentido de Lotman y además opera como una suerte de traductor de textos con soporte audiovisual recursos lingüísticos más fácilmente analizables con la semiosfera –la cual opera mejor en textos literarios–.

La metodología de Gómez (2010) se empleó como primera etapa del análisis y consta de las siguientes cuatro fases:

Tabla 2. Etapas del modelo de análisis de textos audiovisuales

Fase de documentación	Condiciones en las cuales se generó el texto audiovisual	Especificaciones técnicas y la recepción histórica del texto	Découpage: separación de los planos que se van a analizar
Fase de documentación	Instrumentos de análisis: cuadros, fotogramas, esquemas o extractos	Elementos contextuales de la producción del video: condiciones socioeconómicas y sociopolíticas, modelos de representación (género, forma narrativa)	Secuencialidad de planos
Fase descriptiva-interpretativa	Recursos expresivos: componentes del plano, relaciones entre sonido e imagen	Recursos narrativos: narración, trama, personajes y puntos de vista	
Fase interpretativa	Parámetros contextuales de la recepción del texto	Interpretación final de acuerdo con los objetivos iniciales del análisis, tomando en cuenta el texto completo así como su contexto	

Cabe señalar que una de las fases que más interesan a este estudio es la fase descriptiva, misma que, según el autor puede llevarse a cabo por medio de diversos instrumentos de análisis: la segmentación, la

descripción de imágenes, cuadros, gráficos, esquemas, análisis de fotogramas, extractos, croquis o bandas sonoras. Con la finalidad de no fragmentar demasiado los textos del estudio, se optó por el diseño y llenado de cuadros esquemáticos que se enfoquen en la descripción de las categorías e indicadores de Lotman previamente establecidos en la tabla 1.

Una vez que se han concluido las etapas del análisis, Gómez propone que se haga una evaluación del texto por escrito que comprenda, además de una ficha técnica, los parámetros contextuales del texto audiovisual. Esta recomendación es de carácter más sistémico y es en ella en dónde se integran las reflexiones finales, que en este caso fueron generadas a partir de la mirada lotmaniana de la semiótica de la cultura.

### *Análisis*

Los dos textos audiovisuales analizados corresponden a la campaña generada en noviembre de 2013 con la intención de que circulara durante el año 2014. La campaña surgió a raíz de que medios de comunicación como *Crónica* señalaba las cifras de embarazos adolescentes como un fenómeno alarmante de salud pública (Sola, 2012), con el objetivo de que se difundiera información a lo largo de un año en radio, televisión, cine y el canal de YouTube de la institución (CONAPO, 2014).

Puesto que en el momento en el que se realizó el análisis la campaña se encontraba en curso, no se encontró información oficial sobre la recepción que ésta tuvo entre su público meta.<sup>2</sup> Lo que se sabe es que, según reportan medios como *Aristegui Noticias* (2014) la campaña ha sido polémica y generó opiniones encontradas, y en general, los sectores conservadores la criticaron por su lenguaje y mensaje central. Por otro lado, la especialista en derechos sexuales y reproductivos Ana-

---

<sup>2</sup> Al concluir la campaña se solicitó al CONAPO por medio del Instituto Nacional de Transparencia información sobre los resultados, pero no ofrecieron ningún dato relevante. El reporte de logros del *Plan Nacional de Población* del año 2014 tampoco los menciona (CONAPO, 2014, 2015).

meli Monroy sostiene que el tipo de acercamiento de la campaña es efectivo para producir sentido en los jóvenes, ya que la manera en que son presentados los adolescentes coincide con la forma en que ellos se expresan (*idem.*). También pueden tomarse en cuenta las reacciones igualmente dispares que éste y otros videos de la campaña han tenido entre usuarios del portal YouTube, así como el descontento que, de acuerdo con medios como *Noticias MVS* (Sánchez, 2014) generó en sectores conservadores de la población.

El primer texto audiovisual titulado *Infórmate, es tu derecho. Protégete* presenta a diez personajes,<sup>3</sup> siete hombres y tres mujeres. En este video, los siete hombres y las tres mujeres van presentando partes de un discurso. Primero, se expresan advertencias que muestran al noviazgo y a las relaciones sexuales como un riesgo. Uno de los personajes alude al embarazo como consecuencia de dichas relaciones, mientras que los demás no especifican cuál es el peligro que encierra la práctica sobre la que advierten. Posteriormente los personajes ofrecen recomendaciones muy veladas, como el auto-cuidado durante las prácticas sexuales así como la consulta informativa en las instituciones de salud. Finalmente, se cierra con la información institucional que respalda el mensaje y medios virtuales para establecer contacto con ellas.

Tabla 3. Video 1: *Infórmate, es tu derecho. Protégete* (ficha técnica)

Título completo	<i>Infórmate, es tu derecho. Protégete</i> . Spot TV embarazo 20 segundos
Duración	19 segundos
No. de planos	15 planos
Personajes	3 mujeres y 7 hombres adolescentes
Estructura narrativa	Los personajes se intercalan y se dirigen directamente al espectador
Medio	Televisión e Internet
Disponible en:	<a href="http://www.youtube.com/watch?v=k_-Ha1WGISo">www.youtube.com/watch?v=k_-Ha1WGISo</a>

<sup>3</sup> Se denomina *personajes* o *protagonistas* a aquellos jóvenes del video que emiten al menos un diálogo a lo largo del texto audiovisual.

Imagen 1. Découpage del video 1: *Infórmate, es tu derecho. Protégete*. Se presentan los fotogramas correspondientes a cada plano en secuencia del 1 al 15. \*



\* Para ver los detalles del cuadro de análisis que complementa la ficha técnica y el découpage del video 1, consultar Anexos.

El segundo texto se titula *La responsabilidad es tuya. Infórmate, es tu derecho. Protégete* y presenta a quince personajes, diez hombres y cinco mujeres. Al igual que en el texto anterior, ellos van presentando fragmentos de un discurso, sin embargo, en este video resalta que aunque aparecen hasta siete mujeres en el video, tan sólo cinco de ellas emiten un mensaje por medio del diálogo. Este video es 11 segundos más largo que el anterior y presenta a algunos de los mismos personajes, aunque emitiendo mensajes ligeramente distintos. Primero se habla del amor (e implícitamente las situaciones sexuales que lo acompañan) como algo que se da en la vida cotidiana a cualquier edad. Enseguida se presenta el deseo sexual como algo inevitable, que acompaña al amor y que es inherente a la condición humana. El video continúa sentenciando sobre la toma de decisiones con respecto a la sexualidad (aunque ésta aparece implícita) y sobre la importancia de

que estas decisiones se tomen libremente. Luego, una de las jóvenes habla de la abstinencia como una distinción, mientras que otra recomienda el auto-cuidado. El siguiente personaje reitera la importancia del auto-cuidado y habla del embarazo y los hijos a temprana edad como una situación negativa, mensaje que es reforzado con sus gestos y lenguaje corporal. Posteriormente se presenta a las instituciones de salud como fuentes de información, aunque no se especifica qué tipo de información proporcionan. Después se alude a la responsabilidad de los adolescentes de cuidarse, y se hacen recomendaciones para que se informen y se protejan. Finalmente, se cierra con la información institucional que respalda el mensaje y medios virtuales para establecer contacto con ellas.

En ambos videos se constata que los planos empleados en este texto son en su mayoría primeros planos y planos detalle. Al utilizar planos cerrados se busca apelar a la emotividad. Los planos medios y generales se usan en menor medida y sólo se emplean cuando la información del entorno es importante para mostrar la diversidad contextual de los protagonistas. En el video existe correspondencia entre sonido e imagen pues se escuchan diálogos y sonidos ambientales que acompañan a cada protagonista. El único sonido que no corresponde a los entornos presentados es una melodía de fondo que acompaña a todos los personajes en ambos videos pero que nunca suena con mayor intensidad que los diálogos.

Tabla 4. Video 2: *La responsabilidad es tuya. Infórmate, es tu derecho* (ficha técnica)

Título completo	<i>La responsabilidad es tuya. Infórmate, es tu derecho. Protégete.</i> Spot TV 30 segundos
Duración	30 segundos
Número de planos	24 planos
Personajes	5 mujeres y 10 hombres adolescentes
Estructura narrativa	Los personajes se intercalan y se dirigen directamente al espectador
Medio	Televisión e internet
Disponible en:	<a href="http://www.youtube.com/watch?v=5sxYb45R3JA">www.youtube.com/watch?v=5sxYb45R3JA</a>



Imagen 2. Découpage del video 2: *La responsabilidad es tuya. Infórmate, es tu derecho.* Se presentan los fotogramas correspondientes a cada plano en secuencia del 1 al 24.\*



\* Para ver los detalles del cuadro de análisis complementario del video 2, consultar Anexos.

La estructura narrativa de ambos videos busca alejarse de la ficción, pues los personajes hablan directamente con el espectador y miran a la cámara a lo largo de todos los diálogos. Este recurso además intensifica la intencionalidad persuasiva de las recomendaciones de los jóvenes protagonistas. No hay una trama narrativa que vincule a los protagonistas más allá de su evidente juventud. Puesto que todos los protagonistas de los videos son personas jóvenes, se puede deducir que la audiencia a la cual se dirigen es también joven. Además,

los adolescentes y los entornos que aparecen en los videos son visualmente muy distintos entre sí, lo cual indica que hay una intención por presentar la diversidad de los contextos juveniles.

En ambos videos los diálogos son el vehículo para presentar los sentidos generales que comunica cada texto, mismos que se identificaron por medio de las categorías de Lotman *texto y memoria*. El desglose puntal de los diálogos y los sentidos encontrados a partir de ellos puede consultarse en los cuadros de análisis del apartado Anexos y corresponden a la etapa más descriptiva del modelo de Gómez. Cabe señalar que en los casos en los cuales se presentó más ambigüedad, se tomó en cuenta el entorno de los personajes y el contexto de la campaña para realizar la interpretación.

A partir de los cuadros de análisis y de la información contextual de los textos se puede concluir que el sentido general que buscan comunicar al adolescente en el primer video es: el embarazo adolescente es un riesgo real, producto del amor/deseo sexual y que su condición joven lo pone en situación vulnerable ante éste, por lo que para afrontarlo debe informarse en las instituciones públicas que atienden la salud y que están asociadas al CONAPO.

Por su parte, el segundo video tiene un sentido general semejante: el amor y las prácticas sexuales en la adolescencia son inevitables y conllevan el peligro del embarazo. Es por ello que los adolescentes deben decidir responsablemente como vivirlas. Algunas opciones para protegerse son los anticonceptivos y la información proporcionada por las instituciones públicas que atienden la salud y que están incorporadas al CONAPO. La principal distinción entre ambos textos es que, en el segundo se hace una alusión más directa al embarazo adolescente como el enemigo del cual se habla y del uso de anticonceptivos como una estrategia para prevenirlo.

Cabe señalar el carácter ambiguo con el cual el embarazo es insinuado, con frases como «la cigüeña no viene de París, viene de un *reven* donde no te cuidaste», en el caso del primer texto y «más vale condón en mano, que nueve meses y un enano», en el caso del segundo. En ambos videos, el embarazo es sugerido a partir de una supuesta

memoria compartida con el interlocutor, pues en el primer caso se hace referencia al mito infantil de que la Cigüeña es la encargada de llevar a los bebés a sus padres, mientras que en el segundo caso se reconfigura el refrán: *más vale pájaro en mano, que ciento volando*.

En el segundo texto el uso de condón es el único método anticonceptivo nombrado directamente. También se insinúa a la abstinencia como un modo distinguido de proceder con la frase «hoy todos lo hacen, yo prefiero ser original». Otras significaciones que se presentaron de manera velada en los textos fueron la adolescencia —se presentaron personajes y entornos típicos de esta etapa, pero nunca se le nombró—, el embarazo como producto de las prácticas sexuales —es insinuado por medio de un eufemismo una vez y aludido indirectamente a lo largo de ambos textos—, y el amor y las prácticas sexuales como enemigos de la razón. La manifestación de estos elementos pudo identificarse gracias a que dependen de la memoria compartida entre los textos y los interlocutores y que se sostienen a partir de sistemas de signos muy particulares: los códigos lingüísticos con los cuales se les hizo referencia.

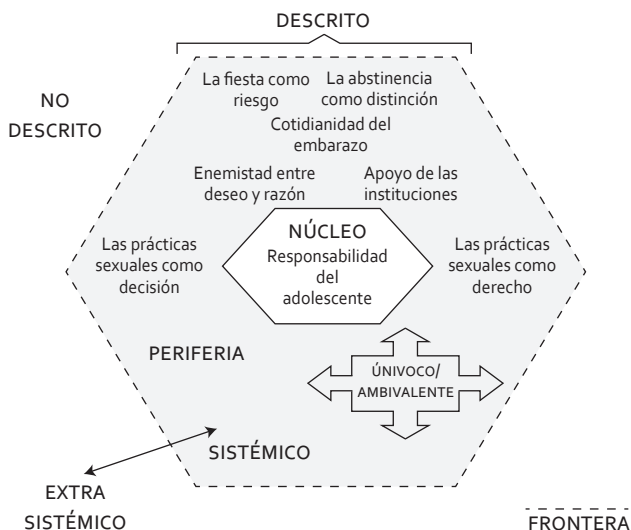
Después de recabar esta información con la adaptación del modelo de Gómez, se rescataron las principales significaciones a partir de las cuales se construyeron los sentidos generales de los textos. Éstos se integraron en la siguiente tabla de acuerdo con el total de incidencias que tuvieron entre ambos videos:

Tabla 5. Principales significaciones dentro de dos textos audiovisuales de la campaña 2013-2014 del CONAPO

	Menciones
1. Responsabilidad del adolescente	9
2. Enemistad entre el deseo y la razón	6
3. Apoyo de las instituciones	6
4. Cotidianidad del riesgo del embarazo	3
5. La fiesta como situación de riesgo	1
6. La abstinencia sexual como distinción	1
7. Las prácticas sexuales como decisión propia	1
8. Las prácticas sexuales como derecho	1

Las principales significaciones encontradas en los dos videos se presentan organizadas de acuerdo con el modelo de la semiosfera de Lotman en el siguiente esquema:

Esquema 1. Organización de la semiosfera de la campaña de publicidad social 2013-2014 del CONAPO.



Fuente: El diseño se basa en el propuesto por Vidales (2011: 166).

*Núcleo/periferia:* En el caso de los dos textos analizados se encontró que el mensaje que más se repite y en función del cual se organizaron los demás es que el embarazo adolescente (tanto su ocurrencia como su prevención) es responsabilidad del adolescente. Es por ello que se le recuerda con insistencia que debe estar alerta ante las emociones, el amor y el deseo que puede sentir durante esta etapa, pues son enemigos de la razón, la cual es fundamental para prevenir el embarazo adolescente. Hacia la periferia de la semiosfera se encuentran otros elementos, tales como el apoyo institucional que puede brindar

el CONAPO. Este punto es muy singular porque parece contradecir el mensaje central: que el adolescente es quien debe responsabilizarse de la prevención del embarazo. Sin embargo, la manera en que el CONAPO presenta soluciones al problema dentro de la campaña es únicamente mediante información y orientación que puede ofrecer. El valor que ofrece es intangible y no implica un involucramiento más concreto en la toma de decisiones de los adolescentes –como podrían serlo el acceso a métodos anticonceptivos y a la atención médica– por lo que la institución se muestra desvinculada del problema, acentuando la responsabilidad de los jóvenes.

*Sistémico/extrasistémico:* los elementos sistémicos de la semiosfera son todos aquellos que se encuentran nombrados en los dos textos de la campaña y que se muestran en el interior del esquema. Aunque los elementos extrasistémicos no forman parte de los textos, éstos son elementos y posturas que existen fuera de la semiosfera seleccionada. Los límites de este estudio no permiten ilustrar este par organizacional plenamente, pues lo ideal sería comparar esta campaña con otra o incluso con otros tipos de materiales generados por el CONAPO. Así podrían constatarse las condiciones bajo las cuales los elementos sistémicos se integraron a la semiosfera, o incluso el momento en los que dejen de ser parte de ella.

*Descrito/no descrito:* Todos los elementos nombrados dentro de la frontera de la semiosfera son considerados elementos descritos. Lo no descrito corresponde a elementos que no pertenecen al sistema aquí delimitado. Sin embargo, en el momento en que algo es nombrado necesariamente debe organizarse como algo descrito dentro del sistema, aún si solo es insinuado, como en el caso de las prácticas sexuales. Éstas no fueron nombradas directamente, pero fueron descritas de manera indirecta con suficiente claridad como para formar parte del sistema. Aunque lo no descrito no forma parte de este sistema no puede especularse sobre qué podría serlo, pues al reconocerlo tendría que formar parte del algún sistema delimitado, ya sea la semiosfera en cuestión o una semiosfera aledaña. Este es otro punto que se logra manifestar con mayor claridad al comparar dos semiosferas.

*Unívoco/ambivalente:* Los dos textos analizados se han caracterizado por la manera velada en la que se alude al amor y al deseo, a las prácticas sexuales y al embarazo como su consecuencia. Esta ambigüedad se evidenció mediante el uso de metáforas, dobles sentidos y frases incompletas.<sup>4</sup> La responsabilidad de los adolescentes fue nombrada en momentos unívocamente y en otros de forma ambivalente —al decir que ésta es compartida o que es de todos—. No obstante, la manera unívoca con la cual el CONAPO delimitó su responsabilidad como un mero referente informativo refuerza el peso de la responsabilidad de los jóvenes.

Aunque los límites de este estudio no permitieron emplear la mirada semiótica de Lotman en plenitud, el modelo sí permitió identificar características esenciales de la manera en la que el CONAPO define al embarazo adolescente y lo construye como problema. Su discusión se presenta enseguida.

### *Conclusiones*

El estudio semiótico presente demostró cómo por medio de las significaciones que circulan en las campañas de publicidad social del CONAPO, esta institución construye al embarazo adolescente como problema social, y particularmente, como un problema cuya prevención y vivencia es una responsabilidad individual.

El mensaje nuclear en ambos textos se reforzó de dos maneras. Una de ellas es la frecuencia con la cual el mensaje se manifestó: cuatro veces en el primer texto, cinco veces en el segundo. La otra, aunque más sutil, es también más representativa. Por un lado, los textos audiovisuales señalaban a los adolescentes como los responsables de prevenir el embarazo al destacar su poder de decidir y al repetir frases como «cúdate» y «protégete». Esta responsabilidad no sólo

---

<sup>4</sup> Este punto se manifiesta en el esquema por medio de unas flechas que apuntan en varias direcciones con la finalidad de representar que la ambivalencia y la univocidad pueden permear toda la semiosfera, y no corresponden únicamente a elementos nucleares o periféricos.

recae en los jóvenes, sino que además es individual. Las parejas se aluden con la presencia de algunas de ellas en los textos, no obstante, éstas nunca son nombradas verbalmente, pese a que las relaciones amorosas y las prácticas sexuales las involucran. La responsabilidad como algo individual se refuerza en los textos con recomendaciones hechas en singular y conviene reconocer que la responsabilidad no es presentada como algo exclusivo de los hombres o las mujeres, pues las advertencias son emitidas por personajes de ambos sexos y se dirigen tanto a chicas como a chicos.

Por otro lado, en los textos se decía que la responsabilidad también era compartida, pero luego esto parecía contradecirse al señalar que la única manera en la que la institución puede brindar apoyo es por medio de la información. Esto es muy importante, pues además de contribuir a la construcción del embarazo adolescente como algo problemático, las causas del fenómeno se le están asignando a las mismas víctimas –sin tomar en cuenta condiciones preexistentes de sus entornos– y el apoyo institucional ofrecido como solución es prácticamente intangible, pues se promete información, más no el acceso a métodos concretos de anticoncepción.

Otro punto igualmente relevante es la ambigüedad con la cual el CONAPO nombra a las prácticas sexuales, al embarazo y a los anticonceptivos. Éstos casi nunca son nombrados de forma directa, más bien se les insinúa o se les sugiere por medio de dobles sentidos y eufemismos. Esta ambivalencia se presta para múltiples interpretaciones o interpretaciones sesgadas de parte de los interlocutores, y como el análisis demostró, es algo que permea, e incluso caracteriza ambos textos.

La manera velada de nombrar a las prácticas sexuales y al embarazo es incluso más pertinente si se toma en cuenta que estos dos elementos son los que determinan al fenómeno en mayor medida: unas como causa y el otro como efecto. No obstante, éstos son casi innombrables, el mismo embarazo es sugerido como un gran enemigo, como el riesgo del amor y las prácticas sexuales durante la adolescencia, pero es de una suerte tan terrible que no se le puede nombrar directamente.



Desde la perspectiva de la construcción de los problemas sociales, el CONAPO puede clasificarse como uno de los principales reclamadores del fenómeno del embarazo adolescente pero al mismo tiempo funge como una de las instituciones encargadas de afrontarlo en las últimas etapas de su construcción como problema. Es por ello que resulta inquietante el hecho de que una de las instituciones con mayor poder para construir el problema en diversas arenas sea tan reacia a nombrarlo directamente, que no se atreva a nombrar sus causas concretas y sus posibles soluciones. Lo que el análisis demostró fue que justamente, es poco lo que la institución nombra abiertamente en sus campañas y menos aún, lo que ofrece para encarar el problema. A saber: que el adolescente es el primero que debe hacerse responsable por prevenir el embarazo y que la institución es un apoyo estrictamente informativo.

El por qué detrás de la tendencia hacia las insinuaciones dentro de la campaña no se resuelve satisfactoriamente con los datos del análisis. Sin embargo, se puede especular que, como el embarazo a cualquier edad es una consecuencia de diversas prácticas sexuales, mismas que son un tema sobre el cual existen rígidas posturas de opinión pública (Collignon, 2011), el hecho de que el embarazo no se nombre dentro de la campaña podría ser porque se le está equiparando al acto sexual. No sólo es el embarazo una consecuencia del acto sexual sino que desde esta postura son prácticamente inseparables, y quizá es por ello que el embarazo adolescente dentro de la campaña se caracteriza por ser un tema tabú: aludido, pero innombrable. Esta posición parece respaldarse con la controversia que, de acuerdo con algunos medios, la campaña desató (*Aristegui Noticias*, s. f.; Sánchez, 2014). El hecho de que en los textos audiovisuales no se diga la palabra sexo y aun así se les considere controversiales, es señal de que culturalmente, las prácticas sexuales siguen siendo un tema prohibido en algunos medios y mecanismos —como los de la publicidad social—. Para comprender el trasfondo de manera más definitiva sería recomendable emprender un estudio más específico sobre las formas en que las instituciones reguladoras y otras instituciones públicas se han referido a estas prácticas en los medios.



Del mismo modo, este trabajo puede complementarse con un análisis denso de los sentidos que producen los jóvenes a quienes se dirigen los textos audiovisuales de la campaña. Es muy probable que estos textos no estén dialogando directamente con estos interlocutores, o incluso, que el carácter tabú de los textos se deba a que éstos buscan dirigirse a los padres de los adolescentes o que no deseen contradecir las posturas de algunos actores conservadores. Esta arista de análisis que queda pendiente es muy relevante, pues podría ser que las personas menos involucradas en la construcción del embarazo adolescente como problema sean precisamente sus supuestas víctimas. De ser así, es inevitable preguntarse, si el embarazo adolescente es un problema ¿para quién lo es?

Anexos

Cuadro de análisis 1  
Video 1. *Infórmate, es tu derecho. Protégete*

Planos	Significado transmitido (diálogos/textos)	Sentido generado	Códigos lingüísticos	Códigos culturales
1	/	/	Sentencia/lenguaje corporal que alude al amor o noviazgo	El emisor y su novia son presentados como heterosexuales, en un espacio común (la calle), por lo que la mayoría de la audiencia se podría identificar con ellos. El noviazgo aparece como situación de riesgo durante la adolescencia
2	Cuando te enamoras haces cosas sin pensar	Cuando las emociones son fuertes no se reflexiona sobre los actos		
3	Hay veces que la hormona	Puede ocurrir que ante el deseo	Eufemismo	El emisor representa un estudiante, se comienza a mostrar variedad
4	puede más que la neurona	sexual el razonamiento se debilita		en la manera de presentar a los adolescentes. El segundo plano del mensaje es un <i>graffiti</i> que dice lo mismo que el joven, puede ser una forma de presentar aspectos de "rebeldía" que aludan a la juventud.
5	La cigueña no viene de París	El embarazo es algo común/real	Eufemismo	La emisora viste chamarra de cuero, tiene perforaciones en la cara, trae unos gruesos audífonos y se encuentra en la calle de noche, por lo que se sugiere que es una "chica alternativa", o como mínimo, permite que se diversifique la manera de presentar a las adolescentes.
6	Viene de un <i>revenge</i> donde no te cuidaste	La fiesta y lugares de esparcimiento son un lugar que propicia que no se reflexione sobre los actos. Es responsabilidad de la mujer prevenir un embarazo. El sexo puede ocurrir casualmente	Reproche/referencia mítica/alusión a la responsabilidad de la adolescente mujer	
7	Si lo haces por amor, hazlo también por amor propio y cuídate	El amor no es protección suficiente durante las relaciones sexuales. Se debe tomar la iniciativa	Reproche/referencia mítica/recomendación	No hay suficientes elementos del contexto cultural en este plano, salvo una perforación en el rostro de la emisora, lo cual podría abonar a la presentación de la diversidad de la juventud

para utilizar algún método de protección.				
8	Yo me informé en el centro de salud	Las instituciones de salud brindan información necesaria para protegerse	Recomendación implícita	El emisor es nuevamente un estudiante, pero es visiblemente más joven que el anterior. El joven sale de un consultorio médico, aludiendo a las instituciones de salud
9	La responsabilidad	La protección durante las relaciones sexuales es cuestión de responsabilidad	Sentencia implícita/ alusión a la pareja	En este plano se muestran dos jóvenes en una sala de estar, lo cual alude a la cotidianidad de las relaciones y situaciones amorosas.
10	Es de todos	La responsabilidad de protegerse durante las relaciones sexuales es compartida	Sentencia implícita	El emisor es un joven trabajador, se muestra la diversidad social, económica y cultural de la juventud
11	Informe	El o la adolescente "tiene que" conocer la información necesaria para protegerse	Recomendación	El adolescente presentado se encuentra en la calle pero no hay más elementos de contexto cultural en este plano
12	Es tu derecho	Nadie puede impedir a el o la adolescente que se informe, que practique su sexualidad	Instrucción	El emisor es un joven trabajador, se muestra la diversidad social, económica y cultural de la juventud
13	Protégete	El o la adolescente "tiene que" utilizar algún método de protección durante las relaciones sexuales	Recomendación	El emisor aparenta ser indígena, lo cual es una forma de presentar a un sector de la juventud típicamente excluida
14	CONAPO Consejo Nacional de Población	Las instituciones de salud brindan información necesaria para protegerse	Instrucción	Se presentan las redes sociales virtuales del CONAPO como manera actual de vincularse con los adolescentes
15	México. Gobierno de la República	La información de las instituciones es un servicio del Estado	Instrucción	Se hace presente al Estado como proveedor de la instrucción y servicios que el adolescente necesita

Cuadro de análisis 2  
Video 2. *La responsabilidad es tuya. Infórmate, es tu derecho*

Planos		Significado transmitido (diálogos/textos)	Texto	Sentido generado	Códigos lingüísticos	Memoria	Códigos culturales
1	Para el amor no hay edad	Las relaciones amorosas (implícitamente sexuales) pueden ocurrirle a cualquiera en cualquier momento			Advertencia/alusión a dicho popular	Los emisores son presentados como una pareja heterosexual, en un espacio común con el cual la mayoría de la audiencia podría identificarse	
2	Ni hora					La adolescente presentada lleva un uniforme de estudiante que alude a un sector de los jóvenes	
3	Ni lugar					El adolescente presentado se encuentra en la calle pero no hay más elementos de contexto cultural en este plano	
4	Ni momento						
5	En el amor no hay vegetarianos	Nadie está exento de las relaciones amorosas/sexuales. Las relaciones amorosas/sexuales son una necesidad básica			Metáfora	Este emisor es un intento de presentar a jóvenes "diversos", pues lleva tatuajes y vestimenta menos convencional que otros y a una intención de llegar a varios sectores: jóvenes o de representarlos	
6	la carne es la carne						
7	/						
8	Piensas que con una vez no pasa nada	Se suelen tomar riesgos a causa de malos razonamientos, se cree en la inmunidad personal			Reproche/referencia mítica	El emisor es un joven trabajador, se muestra la diversidad social, económica y cultural de la juventud	
9	/						
10	y luego lo vuelves a hacer						
11	No te dejes presionar	Las relaciones sexuales (implícito)			Advertencia/recomendación	En este plano se muestran dos jóvenes en una sala de estar, lo cual alude a la cotidianidad de las relaciones y situaciones amorosas	
12	Y no presiones	tendrán que ser por decisión propia. Nadie debe obligar a otro					

13	Hoy todos lo hacen	La abstinencia como decisión propia/como distinción	Recomendación implícita	La emisora es la misma estudiante presentada anteriormente. En estos planos se hace mucho énfasis en la frase "ser original" pues se escucha más fuerte que otras y se cambia a un plano más reducido en el cual la emisora sonríe. Esto es una manera de distinguir su mensaje de abstinencia
14	Yo prefiero ser original			
15	Si lo haces por amor, hazlo también por amor propio	El amor no es protección suficiente durante las relaciones sexuales. Se debe tomar la iniciativa para utilizar algún método de protección	Reproche/referencia mítica/recomendación	No hay suficientes elementos del contexto cultural en este plano, salvo una perforación en el rostro de la emisora, lo cual podría abonar a la diversidad de la juventud
16	Más vale condón en mano,	La anticoncepción es mejor opción que contraer un embarazo y ser padre joven	Advertencia/alusión a dicho popular	El emisor representa un estudiante, se comienza a mostrar variedad en la manera de presentar a los adolescentes. El joven hace señas con la mano que dan a entender que tener hijos por no usar preservativos es un error
17	que nueve meses y un enano			
18	Yo me informé en el centro de salud	Las instituciones de salud brindan información necesaria para protegerse	Recomendación implícita	El emisor es nuevamente un estudiante, pero es visiblemente más joven que el anterior. El joven sale de un consultorio médico, aludiendo a las instituciones de salud
19	La responsabilidad es nuestra	La responsabilidad de protegerse durante las relaciones sexuales (implícito) es compartida	Sentencia implícita	La emisora de este mensaje es la única que aparece abiertamente homosexual al abrazar a su pareja. En este plano se ve un tipo de jóvenes comúnmente excluido para decir que los adolescentes tienen la responsabilidad para decidir sobre su sexualidad y de ejercerla
20	Infórmate	El o la adolescente "tiene que" conocer la información necesaria para protegerse	Recomendación	El emisor es un joven trabajador, se muestra la diversidad social, económica y cultural de la juventud
21	Estu derecho	Nadie puede impedir a el o la	Instrucción	El adolescente presentado se encuentra en la calle pero no hay sufi-

Planos	Texto		Memoria	
	Significado transmitido (diálogos/textos)	Sentido generado	Códigos lingüísticos	Códigos culturales
		adolescente que se informen, que practique su sexualidad		cientes elementos de contexto cultural en este plano
22	Protégete	El o la adolescente "tiene que" utilizar algún método de protección durante las relaciones sexuales	Recomendación	El emisor aparenta ser indígena, lo cual es una forma de presentar a un sector de la juventud típicamente excluida
23	CONAPO Consejo Nacional de Población	Las instituciones de salud brindan información necesaria para protegerse	Instrucción	Se presentan las redes sociales virtuales del CONAPO como manera actual de vincularse con los adolescentes
24	México. Gobierno de la República	La información de las instituciones es un servicio del Estado	Instrucción	Se hace presente al Estado como proveedor de la instrucción y servicios que el adolescente necesita

## Bibliografía

- Alvarado, M. (2010). *La publicidad social: una modalidad emergente de comunicación*. Tesis de doctorado en Ciencias de la Información. Madrid, España: Universidad Complutense.
- Arai, L. (2009). *Teenage pregnancy. The making and unmaking of a problem*. Gran Bretaña: The Policy Press.
- Aramburu, C. y R. Arias (2006). *Dimensiones culturales del embarazo en la adolescencia*. Comunicación presentada al II Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población: Desafíos, oportunidades, y prioridades en Guadalajara, México.
- Aristegui Noticias (s. f.). Videos: «¡La carne es carne!», campaña de prevención sexual del CONAPO. Recuperado el 24 de mayo de 2014 de: [aristeguinioticias.com/0301/mexico/videos-la-carne-es-carne-la-campana-de-prevencion-sexual-de-conapo/](http://aristeguinioticias.com/0301/mexico/videos-la-carne-es-carne-la-campana-de-prevencion-sexual-de-conapo/)
- Arrieta, F. y B. Nuño (2012). *Conductas sexuales de riesgo en adolescentes y jóvenes*. México: Servicios Editoriales Trauco.
- Asakura, H. (2005). Cambios en significados de la maternidad: la emergencia de nuevas identidades femeninas. Un estudio de caso: mujeres profesionistas de clase media en la ciudad de México. M. Torres, comp. *Nuevas maternidades y derechos reproductivos*. México: El Colegio de México-PIEM.
- Best, J. (1989). *Images of issues: typifying contemporary social problems*. Nueva York: Aldine de Gruyter.
- (2013). *Social problems*. Delaware: University of Delaware.
- Collignon, M. (2011). Discursos sociales sobre la sexualidad: narrativas sobre la diversidad sexual y prácticas de resistencia. En *Comunicación y Sociedad*, núm. 16, pp. 133-160.
- CONAPO Consejo Nacional de Población. *Información general*. Recuperado el 5 de junio de 2014 de: [www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Informacion\\_General](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Informacion_General).
- *La responsabilidad es tuya. Infórmate, es tu derecho. Protégete*. Recuperado el 5 de junio de 2014, de: [www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Campana\\_CONAPO\\_2013](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Campana_CONAPO_2013)
- (2014). *Programa Nacional de Población 2014-2018*. México: Consejo Nacional de Población.
- (2015). *Programa Nacional de Población 2014-2018. Logros 2014*. México: Consejo Nacional de Población.

- Cooper, R. (2003). Poor life circumstances contribute to teenage pregnancy. A. Ojeda, comp. *Teenage pregnancy. opposing viewpoints*. Farmington Hills: Greenhaven Press, pp. 71-77.
- De la Cuesta, C. (2001). Contexto del embarazo en la adolescencia: nos hicimos novios y ahí empezó todo. *Revista Rol de Enfermería*, 24 (9): 24-30.
- Eco, U. (1978). *Tratado de semiótica general*. México: Nueva Imagen.
- Ehrenfeld, N. (2001). Jóvenes y salud reproductiva: de políticas y realidades. *El Cotidiano*, año/vol. 21, núm. 109, septiembre-octubre, pp. 37-41.
- Frigerio, A. (1995). La construcción de los problemas sociales: cultura, política y movilización. *Lecturas Sociales y Económicas*, año 2, núm. 6, pp. 12-17.
- Fuentes, L., E. Martín y A. Pérez (2008). Prácticas sexuales de riesgo en adolescentes. *Informe Médico*, vol. 10, núm. 2, pp. 95-101.
- Gómez, F. (2010). *El análisis de textos audiovisuales. Significación y sentido*. Valencia: Shangrila Ediciones.
- Jackson, J. (2012). The media exaggerate the problem of teenage pregnancy. A. Ojeda, comp. *Teenage pregnancy. Opposing viewpoints*. Farmington Hills: Greenhaven Press, pp. 19-26
- Lotman, I. (1996). *La semiosfera. I. Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Frónesis Cátedra/Universidad de Valencia.
- (1998). *La semiosfera. II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Madrid: Frónesis Cátedra/Universidad de Valencia.
- (2003). La semiótica de la cultura y el concepto de texto. Lotman desde América. *Entretextos. Revista Electrónica Semestral de Estudios Semióticos de la Cultura*, núm. 2, pp. 121-126.
- Nájar, A. (2014). ¿Por qué hay tantos embarazos adolescentes en México? *BBC*. Recuperado el 18 de febrero de 2015 de: [www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/10/141025\\_mexico\\_embarazos\\_adolescentes\\_an?ocid=socialflow\\_facebook](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/10/141025_mexico_embarazos_adolescentes_an?ocid=socialflow_facebook).
- Ojeda, A. (2003). *Teenage pregnancy. Opposing viewpoints*. Farmington Hills: Greenhaven Press.
- Olivares, E. (2014). México ocupa el primer lugar en embarazos de las adolescentes. *La Jornada*. Recuperado el 30 de agosto de 2014 de: [www.jornada.unam.mx/2014/08/28/sociedad/038n1soc](http://www.jornada.unam.mx/2014/08/28/sociedad/038n1soc).



- Pineda, S. y M. Aliño (2002). El concepto de adolescencia. *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*, 2. Cuba: Ministerio de Salud Pública.
- Reséndiz, F. (2015). Presenta Peña plan nacional de salud sexual para adolescentes. *El Universal*. Recuperado el 30 de enero de 2015 de: [www.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2015/presenta-penia-plan-nacional-de-salud-sexual-para-adolescentes-1071231.html](http://www.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2015/presenta-penia-plan-nacional-de-salud-sexual-para-adolescentes-1071231.html)
- Reyes, M. y K. Rivera (2006). *Murmullos que habitan las calles. Significados culturales del embarazo adolescente*. Guadalajara: Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.
- Sánchez, J. (2014). Campaña de información sexual causa polémica en sector conservador. *NoticiasMVS*. Recuperado el 24 de marzo de 2015 de: [www.noticiasmvs.com/#!/noticias/campana-de-informacion-sexual-causa-polemica-en-sector-conservador-401.html](http://www.noticiasmvs.com/#!/noticias/campana-de-informacion-sexual-causa-polemica-en-sector-conservador-401.html)
- Sola, B. (2012). Embarazo en adolescentes, un problema de salud pública en México. *Crónica*. Recuperado el 30 de agosto de 2014 de: [www.cronica.com.mx/notas/2012/687729.html](http://www.cronica.com.mx/notas/2012/687729.html).
- Stern, C. (2012). *El «problema» del embarazo en la adolescencia: contribuciones a un debate*. México: El Colegio de México.
- Szasz, I. (2012). Prólogo. *El «problema» del embarazo en la adolescencia: contribuciones a un debate*. México: El Colegio de México.
- Tamés, R. (2014). Niñas teniendo niñas. *El Universal*. Recuperado el 18 de septiembre de 2014 de: [www.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2014/impresso/ninias-teniendo-ninias-218504.html](http://www.eluniversal.com.mx/nacion-mexico/2014/impresso/ninias-teniendo-ninias-218504.html).
- Ulanowicz, M., K. Parra, G. Wendler y L. Monzón (2006). Riesgos del embarazo adolescente. *Revista de Posgrado de la VIa Cátedra de Medicina*, núm. 153, enero, pp. 13-17.
- Valladares, B. (2005). La maternidad y los medios masivos de comunicación. Un análisis de artículos periodísticos y de propaganda comercial en Costa Rica. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 5 (1 y 2), pp. 1-19.
- Vidales, C. (2008). La semiótica/semiología como fuente científica-histórica de una comunicología posible. Jesús Galindo, coord. *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Madrid: McGraw Hill, pp. 369-373.

- (2008). El marco semiótico de la cultura: un reto para el estudio de la comunicación. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Revista de investigación y análisis. México: Universidad de Colima, Época II, vol. XIV, núm. 27, pp. 133-145.
- (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*. Tomo I. México: CAEIP.
- (2011). *Semiótica y teoría de la comunicación*. Tomo II. México: CAEIP.
- Villaseñor, T. (2012). Coesida cuestiona campaña del IJM «Todo a su tiempo». *El Informador*. Recuperado el 10 de diciembre de 2012 de: [www.informador.com.mx/jalisco/2012/364537/6/coesida-cuestiona-campana-del-ijm-todo-a-su-tiempo.htm](http://www.informador.com.mx/jalisco/2012/364537/6/coesida-cuestiona-campana-del-ijm-todo-a-su-tiempo.htm)
- Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos. Nociones de semiología general*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- (2012). *Seis semiólogos en busca del lector*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Żyłko, B. (2005). Cultura y semiótica: notas sobre la concepción de la cultura de Lotman. *Entretextos: Revista Electrónica Semestral de Estudios Semióticos de la Cultura*, núm. 5, pp. 113-131.