

Tabla de contenido

Agradecimientos.....	XIII
Tabla de contenido.....	XV
Índice de figuras	XXIII
Índice de tablas.....	XXVII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
PARTE I. MARCO TEÓRICO.....	11
CAPÍTULO 1.....	13
EL EMBARAZO ADOLESCENTE.....	13
1.1. Factores que inciden en los embarazos adolescentes.....	15
1.2. Definición de adolescencia.....	16
1.3. Clasificación de los factores socioculturales.....	17
1.4. Inexistente o escasa educación sexual y reproductiva.....	17
1.5. Bajo nivel de instrucción.....	19
1.6. Bajo nivel socioeconómico.....	20
1.7. La migración internacional.....	21
1.8. Violencia sexual.....	22
1.9. Mitos en torno al embarazo y maternidad adolescente.....	24
1.9.1. La maternidad idealizada.....	24
1.9.2. La paradoja hispana.....	25
1.9.3. La sexualidad como un tabú.....	25
1.9.4. Valores inculcados por la religión.....	25
1.9.5. La cultura del silencio.....	26
1.9.6. Desinformación, mitos o creencias erróneas.....	26
1.9.7. “El amor es para toda la vida”.....	27

1.9.8.	Inicio temprano de la vida sexual	27
1.9.9.	La transferencia intergeneracional de la maternidad.....	28
1.9.10.	El machismo y el marianismo	29
1.9.11.	Uso de alcohol u otras sustancias	30
1.10.	Consecuencias de un embarazo y maternidad no deseada.....	31
1.10.1.	Peligros en la salud en el embarazo y el parto	32
1.10.2.	Violencia de género y violencia intrafamiliar	33
1.10.3.	El aborto inseguro	34
1.11.	Objetivos de Desarrollo Sostenible y Plan Nacional de Desarrollo.....	36
1.12.	Programas de prevención del embarazo adolescente en Ecuador.....	37
1.12.1.	Estrategia ENIPLA 2012-2015	38
1.12.2.	Del plan Familia a la Estrategia Nacional 2017-2021	40
1.13.	Resumen.....	41
CAPÍTULO 2.....		45
COMUNICACIÓN PARA LA SALUD		45
2.1.	Definición de comunicación para la salud	46
2.2.	Desafíos en comunicación para la salud de los adolescentes.....	47
2.3.	El comportamiento sexual de riesgo	47
2.4.	La percepción de riesgo	48
2.5.	La percepción de invulnerabilidad	50
2.6.	Pilares teóricos de comunicación para la salud	51
2.7.	Teoría del aprendizaje social y teoría cognitiva social (<i>SLT</i>) y (<i>SCT</i>).....	54
2.8.	Teoría de la Acción Razonada y Teoría del Comportamiento Planificado (<i>TRA</i>) y (<i>TPB</i>).....	57
2.9.	Modelo de creencias de salud (<i>HBM</i>)	61
2.10.	Modelo integrador del cambio conductual.....	64
2.11.	Modelo de las etapas de cambio o el modelo transteórico (<i>TTM</i>)	65
2.12.	Modelo de proceso de la adopción de precauciones (<i>PAPM</i>)	66

2.13. Modelo de difusión de innovaciones.....	68
2.14. Marketing social.....	69
2.15. Modelo de jerarquía de efectos (<i>HOE</i>).....	72
2.16. Matriz de persuasión y comunicación	74
2.17. Intervenciones y campañas de comunicación para la salud.....	76
2.18. Nuevo planteamiento estratégico para las intervenciones.....	81
2.19. La aproximación edu-entretenimiento	83
2.19.1. Repaso histórico de las aplicaciones de edu-entretenimiento	84
2.19.2. Bases teóricas de la estrategia edu-entretenimiento	87
2.19.3. Enfoques metodológicos en el estudio del edu-entretenimiento..	89
2.19.4. Investigación formativa.....	89
2.19.5. Investigación sumativa.....	90
2.19.6. Evaluación del impacto.....	90
2.19.7. Análisis del impacto del <i>docu-reality: 16 and Pregnant</i>	92
2.20. Resumen	95
CAPÍTULO 3.	97
PERSUASIÓN NARRATIVA.....	97
3.1. Definición de narración, persuasión y persuasión narrativa	98
3.2. Efectividad de las narraciones en comunicación para la salud.....	99
3.2.1. Variables mediadoras y moderadoras en el proceso narrativo.....	100
3.2.2. Evidencia meta-analítica de la efectividad de las narraciones en el impacto actitudinal	101
3.3. Procesos y modelos explicativos de la persuasión narrativa.....	102
3.3.1. Modelo de probabilidad de elaboración extendido (<i>E-ELM</i>)	104
3.3.2. Teoría del transporte narrativo.....	106
3.3.2.1. Definición y dimensiones del transporte narrativo	107
3.3.2.2. Medidas y manipulación del transporte narrativo.....	108
3.3.2.3. Resultados del transporte en el proceso de persuasión.....	119

3.3.3.	Modelo de superación de la resistencia mediante el entretenimiento (EORM)	122
3.3.4.	Identificación con los personajes	127
3.3.4.1.	Definición y dimensiones de la identificación con los personajes	127
3.3.4.2.	Medidas y manipulación	133
3.3.4.3.	Resultados de la identificación en el proceso de persuasión.....	141
3.3.5.	Variables antecedentes del transporte y de la identificación	144
3.3.5.1.	Diferencias individuales	145
3.3.5.2.	Diferencias del contexto de visualización.....	147
3.3.5.3.	Instrucciones previas e información adicional del mensaje	149
3.3.5.4.	Distracción	150
3.3.5.5.	Características de los personajes	151
3.3.5.6.	Similitud entre los personajes y las audiencias	152
3.3.5.7.	Características literarias, narrativas o del texto	153
3.3.5.8.	Vivacidad	154
3.3.5.9.	Perspectiva, punto de vista y voz narrativa	155
3.3.5.10.	El discurso narrativo	160
3.3.5.11.	El diálogo narrativo.....	160
3.3.5.12.	El discurso testimonial	162
3.3.6.	El lenguaje a través de la cámara	165
3.3.7.	La contra-argumentación	178
3.3.7.1.	Definición	178
3.3.7.2.	Medición.....	179
3.3.7.3.	Resultados	181
3.3.8.	Realismo.....	183
3.3.8.1.	Definición	183
3.3.8.2.	Medición.....	185
3.3.8.3.	Resultados	186
3.3.9.	Resonancia personal	188

3.3.9.1.	Definición.....	188
3.3.9.2.	Medición	189
3.3.9.3.	Resultados	191
3.3.10.	El disfrute	193
3.3.10.1.	Definición.....	193
3.3.10.2.	Medición	194
3.3.10.3.	Resultados	195
3.4.	Resumen	197
CAPÍTULO 4		201
ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA		201
4.1.	Alfabetización mediática, digital y transmedia	202
4.2.	Definición de alfabetización mediática	203
4.3.	El reto de conceptualizar la alfabetización mediática para su correcta medición	204
4.4.	Situación de la alfabetización mediática en Ecuador.....	206
4.5.	Campos de estudio de la alfabetización mediática.....	208
4.6.	La alfabetización mediática en la comunicación para la salud	209
4.7.	Modelo del proceso de interpretación de mensajes (<i>MIP</i>)	211
4.8.	La escala de Pinkleton et al. (2008).....	213
4.9.	Resumen	218
CAPÍTULO 5.		219
PROPUESTA DEL MODELO TEÓRICO		219
5.1.	Argumentos teóricos e hipótesis	222
5.2.1.	Hipótesis del formato narrativo testimonial vs. dialógico.....	222
5.2.2.	Hipótesis de la alfabetización mediática	225

PARTE II INVESTIGACIÓN EMPÍRICA	233
CAPÍTULO 6.	235
MÉTODO.....	235
6.1. Participantes.....	235
6.1.1. Características sociodemográficas de las participantes	236
6.2. Diseño y procedimiento.....	237
6.2.1. Manipulación de la variable independiente.....	237
6.2.2. Sinopsis de <i>Lo que no pensamos</i>	242
6.3. Estudios piloto	244
6.4. Medidas	249
6.4.1. Medidas de resultado del impacto narrativo en salud	250
6.4.2. Medidas del proceso de recepción.....	254
6.4.3. Medida de la variable moderadora	256
CAPÍTULO 7.....	259
RESULTADOS	259
7.1. Análisis preliminar	259
7.2. Correlaciones: variables del proceso de recepción.....	261
7.3. Correlaciones: proceso de recepción y alfabetización mediática.....	262
7.4. Correlaciones: procesos de recepción y variables de resultado	263
7.5. Diferencias en los procesos de recepción en función del formato de video ..	264
7.6. Diferencias en las variables de resultado en función del formato de video..	265
7.7. Diferencias de las variables del proceso de recepción con el punto medio teórico.....	266
7.8. Efecto principal: formato narrativo testimonial versus dialógico	268
7.9. El efecto moderador de la alfabetización mediática en el proceso narrativo	269

7.10. El efecto moderador de la alfabetización mediática en las variables de resultado	274
7.11. El efecto moderador de la alfabetización mediática en la relación entre el proceso de recepción y las variables de resultado	282
7.11.1. Análisis de los efectos indirectos condicionales.....	287
7.12. Análisis adicionales.....	356
DISCUSIÓN GENERAL Y CONCLUSIONES.....	359
8.1. La manipulación de la modalidad narrativa	361
8.2. El rol moderador del nivel de alfabetización mediática.....	361
8.3. Implicaciones y aplicaciones	366
8.4. Limitaciones	368
8.6. Conclusiones generales	375
REFERENCIAS	379
ANEXOS	417
Anexo 1.....	419
Guion del formato narrativo dialógico	419
Anexo 2.....	433
Guion del formato narrativo testimonial.....	433
Anexo 3.....	449
Autorización toma de imágenes de las actrices mayores de edad.....	449
Anexo 4.....	453
Autorización toma de imágenes menores de edad	453
Anexo 5.....	457
Cuestionario del estudio piloto nº 1. Validación personajes.....	457
Anexo 6.....	461
Cuestionario del estudio piloto nº 2. Validación de los videos.	461
Anexo 7.....	467
Cuestionario pre-test del estudio experimental.....	467

Anexo 8.	477
Cuestionario pre-test del estudio experimental	477
Anexo 9.	489
Tabla del análisis de componentes principales medidas <i>ad-hoc</i>	489
Anexo 10.	493
Efectos del modelo condicional: identificación con Jessica.....	493
Anexo 11.	527
Efectos del modelo condicional: identificación con Anita	527