

## Las relaciones públicas como herramienta de comunicación para la prevención y atención del embarazo adolescente

### Public relations as a communication tool for the prevention and care of teenage pregnancy

CÉSPEDES-DEL FIERRO, Selene\*†, GARZA-SEPÚLVEDA, Jorge Adrián y GONZÁLEZ-LÓPEZ, Arturo

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Paseo del Acueducto S/N, Del Paseo Residencial, 64920, Monterrey, N.L.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: *Selene, Céspedes-Del Fierro*

ID 1<sup>er</sup> Coautor: *Jorge Adrián, Garza-Sepúlveda*

ID 2<sup>do</sup> Coautor: *Arturo, González-López*

Recibido: 30 de Julio, 2018; Aceptado 02 de Septiembre, 2018

#### Resumen

Esta investigación presenta una descripción de las acciones comunicativas y de relaciones públicas utilizadas para la prevención y atención del embarazo adolescente en Nuevo León, percibidas por los adolescentes de zonas vulnerables del área metropolitana de Monterrey en el periodo noviembre- diciembre de 2018. Se realizó una investigación documental, a través del análisis de la bibliografía referida, y de campo, con la aplicación de un cuestionario a la muestra de estudio, de acuerdo con una metodología exploratoria y descriptiva. Se hizo un procesamiento de información cuantitativa y cualitativa, a través del instrumento de trabajo debidamente probado en una fase piloto. Con los resultados expuestos se detectan áreas de oportunidad respecto a acciones de comunicación y de relaciones públicas en los canales de comunicación familiar, de atención médica y de redes sociales, representando las principales redes de información a reforzar por medio de una campaña de relaciones públicas para permitir una persuasión más profunda en los jóvenes para la prevención del embarazo adolescente.

**Relaciones públicas, Comunicación, Embarazo adolescente, Prevención, Salud pública**

#### Abstract

This research presents a description of the communicative and public relations actions for the prevention and care of adolescent pregnancy in Nuevo Leon, perceived by adolescents in vulnerable areas of the metropolitan area of Monterrey in November-December 2018. A documentary research was carried out, through the analysis of the referred bibliography, and a field research, with the application of a questionnaire to the study sample according to an exploratory and descriptive methodology. A qualitative and quantitative information processing was done through the work instrument duly tested in a pilot phase. With the exposed results, there were several areas of opportunity about the communicative and public relations actions in the family communication, the medical care and the social networks. Those three detected areas represent the main information channels to be reinforced through a public relations campaign to allow a deeper persuasion in young people for the prevention of teenage pregnancy.

**Public relations, Communication sciences, Teenage pregnancy, Prevention, Public health**

**Citación:** CÉSPEDES-DEL FIERRO, Selene, GARZA-SEPÚLVEDA, Jorge Adrián y GONZÁLEZ-LÓPEZ, Arturo. Las relaciones públicas como herramienta de comunicación para la prevención y atención del embarazo adolescente. *Revista Transdisciplinaria de Estudios Migratorios*. 2018. 4-12: 1-8.

\* Correspondencia al autor (Correo Electrónico: [Selene.cf@gmail.com](mailto:Selene.cf@gmail.com))

† Investigador contribuyendo como primer autor

**Introducción**

Las relaciones públicas en el ámbito de la salud tienen la responsabilidad de identificar acciones y políticas médicas que afectan directamente en la relación de los organismos de salud con las comunidades a las que van dirigidos. En México, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 y el Grupo Estatal para la Prevención de Embarazo Adolescente en Nuevo León buscan una atención médica igualitaria, incluido el acceso a una educación sexual integral para los adolescentes. Sin embargo, las cifras sobre embarazos adolescentes a nivel nacional y estatal no son favorables y presentan un problema de salud vivo y creciente en la sociedad.

Partiendo del papel de las relaciones públicas como herramienta axiológica de gestión en los procesos de comunicación, esta investigación tiene como objetivo describir las acciones comunicativas y de relaciones públicas utilizadas para la prevención y atención del embarazo a temprana edad en Nuevo León, percibidas por los adolescentes de zonas vulnerables del área metropolitana de Monterrey en el periodo noviembre- diciembre 2018.

Los resultados expuestos detectan áreas de oportunidad respecto a acciones de comunicación y de relaciones públicas para permitir una persuasión más profunda en los jóvenes y cumplir con los objetivos en materia de salud pública a nivel nacional. Adicionalmente, complementan informes y estudios de esta problemática anteriormente realizados en el país, los cuales solamente se habían realizado desde un enfoque gráfico, publicitario y de mercadeo social.

**Discusión teórica****El papel de las relaciones públicas en el ámbito de la salud**

Los profesionales de relaciones públicas, desde su compromiso ético y social, plantean sus estrategias para exponer mensajes claros, precisos y veraces en beneficio del bien común o de una comunidad, por medio del estudio y análisis de los procesos de comunicación que en ella se vivan.

Es decir que, la información contenida en estos mensajes, debe responder con la verdad a las necesidades de la población, como lo señala Wilcox, Cameron y Xifra (2012), y nunca presentarla de forma manipulada, tergiversada, falsa o incorrecta, pues la difusión correcta de los contenidos proporciona redes de comunicación más fuertes y acciones conscientes y benéficas para los ciudadanos o públicos de interés. Asimismo, estos compromisos concuerdan con los enlistados por Torres y Beltrán (2002), en materia de salud pública, donde menciona que la información sobre sexualidad debe ser impartida con veracidad, precisión y delicadeza, adecuando el mensaje a la edad, el sexo, el ambiente y la capacidad de asimilación del sujeto, ya que así “se le orientará con respecto a su curiosidad y tendencias enseñándole a relacionar los hechos y a encauzar sus comportamientos” (p. 42).

De cara a ello, los centros de salud necesitan de las relaciones públicas para comunicar las repercusiones de un problema de salud como el embarazo adolescente y a su vez, las ventajas de apegarse a los protocolos de prevención, para así lograr un cambio social en las comunidades en desventaja. De acuerdo con

La Sociedad de Relaciones Públicas de América (PRSA) (2017), estos comunicadores tienen la responsabilidad de desarrollar estrategias e implementar tácticas integrales, a través de una amplia variedad de plataformas alineadas con los objetivos de las organizaciones para esparcir de forma satisfactoria los mensajes.

Por esto, en México, las relaciones públicas deben cumplir con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno de la República 2013-2018 (PND), entre los cuales se encuentra el proteger a la sociedad y garantizar el derecho al acceso a la salud para evitar problemas inesperados.

Por último, desde un sentido axiológico, como lo menciona Céspedes (2017), las relaciones públicas deben estar basadas en valores. Por un lado, como herramienta de comunicación, esta disciplina tiene la responsabilidad ética de manejar la información y las necesidades de salud en la sociedad con base en su proceso de investigación y evaluación.

De la misma manera, el PND hace especial énfasis en proveer una red de protección social que garantice el acceso a la salud como derecho de los mexicanos (Gobierno de la República, 2013). Con base en ambos compromisos, es imprescindible una investigación orientada a analizar y describir la gestión para la prevención y atención del embarazo prematuro, especialmente en las zonas más vulnerables del país.

### **El acceso a la salud y el embarazo adolescente en México**

En México, gran porcentaje de los jóvenes se enfrentan a limitaciones económicas y educativas que merman su calidad de vida, llegando a desconocer su derecho a la salud o el acceso a programas específicos de prevención. Actualmente, de acuerdo con proyecciones del Consejo Nacional de la Población (2012), existen 22.2 millones de adolescentes. De estos, el 75% radica en áreas urbanas, y el 35% de ellos no cuentan con servicios de salud (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010). Acerca de la salud sexual en los jóvenes, la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT), en su informe 2012, muestra que el 17.6% del total de nacimientos son de madres menores de edad; además menciona que, del 23.5% de los adolescentes que han empezado su vida sexual, el 49.7% de ellos no utilizó algún método anticonceptivo en su primera relación sexual.

Del mismo modo, en Nuevo León, el Grupo Estatal para la Prevención del Embarazo Adolescente (GEPEA), en su informe 2017, expone estadísticas similares. En el Estado existen 891 mil 782 de jóvenes, los cuales representan el 4.05 % de la población de México. Dentro de este grupo, 14 mil 70 son madres adolescentes, posicionando a Nuevo León en el décimo lugar en el número de embarazos prematuros en el país. De acuerdo al estudio realizado por González (2016), los menores regiomontanos consideran esta etapa como la mejor de su vida, sin embargo, existen factores externos que pueden obstaculizar el logro de sus objetivos como la pobreza extrema y la desintegración familiar. Actualmente, el GEPEA busca cubrir al menos con un servicio de atención al adolescente por municipio, ya que sólo cuenta con la cobertura del 56% de los municipios del Estado.

Frente a este problema de salud, el Gobierno de la República ha implementado a nivel nacional acciones y programas educativos sobre sexualidad durante varios años, como la Estrategia Nacional para la Prevención del Embarazo en Adolescentes (2017), la cual se ha apoyado del uso de medios de comunicación masiva y de mercadeo social, y el actual Plan de Estudios de México, con un eje de trabajo para la prevención del embarazo adolescente a través del desarrollo del ejercicio asertivo de la sexualidad en función de un proyecto de vida (Secretaría de Educación Pública, 2016).

Sin embargo, las estadísticas brindadas muestran un panorama aún desfavorable en la erradicación del embarazo prematuro, por lo que es necesario combatir el problema desde un enfoque diferente, con la implementación de procesos estructurados por las relaciones públicas.

### **Las relaciones públicas para la atención y prevención del embarazo adolescente**

Basándonos en la exposición, antecedentes y estadísticas anteriores, las relaciones públicas deben analizar dos participantes activos dentro de los procesos comunicativos de esta problemática, sobre todo en zonas vulnerables y en condiciones de pobreza de la población. Estos son, por un lado, los jóvenes, quienes son parte fundamental para conocer y atender sus carencias y necesidades mediante una fuerte participación en la investigación y, por otro lado, el público interno o la fuente, quienes son los organismos de salud, secretarías, centros y hospitales interesados en apoyarse de las relaciones públicas para diseñar, acorde al sustento científico, el mensaje y lograr un cambio social a través de la difusión de las campañas informativas en los canales de comunicación.

Por lo tanto, para el análisis de los procesos para la prevención y atención del embarazo adolescente se debe utilizar el proceso fundamental de las relaciones públicas, mencionado por Wilcox *et al.* (2012), el cual parte de la investigación para después lograr la planeación, la comunicación y la evaluación de las nuevas estrategias.

Con estas fases, se consigue una metodología lógica y pertinente para conocer, en la fase de investigación, el grado de impacto y comprensión de la información por parte de los jóvenes para el diseño de un nuevo mensaje, acorde a sus dimensiones económicas, culturales y sociales.

De esta forma, la implementación de estrategias de relaciones públicas logra dar un seguimiento constante al cumplimiento de los objetivos de la campaña para el trato y prevención de este problema de salud en los adolescentes.

Por último, esta propuesta de investigación para la prevención y atención del embarazo adolescente respalda la imprescindible aplicación de las relaciones públicas en el ámbito de la salud, como lo señala Barco, Pérez y Barquero (2010), pues apoyan la misión de brindar servicios de salud de forma humanística, y no sólo de forma científica, en los hospitales modernos.

Asimismo, la aplicación de esta metodología concuerda con lo señalado por Wise (2001) en Matilla (2015), al analizar la percepción que se tiene sobre la efectividad en el servicio de salud y estudios de casos de crisis, así como los modelos, las funciones y las experiencias de las acciones comunicativas y su papel en hospitales o instituciones de salud en general.

### Objetivo

El objetivo general consiste en describir las acciones comunicativas y de relaciones públicas para la prevención y atención del embarazo adolescente en Nuevo León, percibidas por los jóvenes de zonas vulnerables del área metropolitana de Monterrey en el periodo noviembre- diciembre 2018.

El objetivo general se articula en los siguientes objetivos específicos:

O.1 Describir el perfil del sujeto de estudio, su comportamiento y su perspectiva sobre la prevención y atención del embarazo adolescente.

O.2 Evaluar el grado de concientización de los adolescentes respecto a la prevención y atención del embarazo prematuro.

O.3 Describir la atención médica que los adolescentes reciben por parte de los centros de salud respecto a la prevención y atención del embarazo adolescente.

O.4 Identificar los medios de comunicación y su nivel de penetración en la audiencia adolescente respecto a la prevención y atención del embarazo prematuro.

O.5 Detectar áreas de oportunidad en los procesos, estrategias y campañas de socialización y concienciación respecto a la prevención y atención del embarazo adolescente.

### Metodología

Se realizó una investigación documental y de campo, de acuerdo con en el análisis de la bibliografía referida y considerando los diferentes estudios y análisis que se han realizado sobre el tema; se debe de considerar que la información generada por los organismos públicos se basa en aspectos generales, lo que limita el análisis de la población específica de estudio. El trabajo de campo se basó en las entrevistas a los adolescentes integrantes de la muestra bajo una protección de su identidad, a través de la aplicación de cuestionarios llenados de forma anónima y con el consentimiento informado del padre o tutor, considerando que no fue posible la participación de algunos integrantes de la muestra, debido a la ausencia de dicho consentimiento informado.

Para el diseño de la investigación de campo, se localizaron diferentes zonas del área metropolitana de Monterrey en el periodo noviembre-diciembre 2018, con una población correspondiente al nivel socioeconómico referido como D+ y D (clase social baja), y con una cobertura de atención de un centro de salud dependiente de las jurisdicciones sanitarias de la Secretaría de Salud.

Se hizo un procesamiento de información cuantitativa y cualitativa, a través del instrumento de investigación debidamente probado en una fase piloto, para comprobar su tiempo de aplicación, congruencia y grado de comprensión y entendimiento de la población entrevistada, haciéndose las adecuaciones necesarias.

El cuestionario estuvo compuesto por 25 preguntas abiertas y de opción múltiple, evaluando factores estipulados en los objetivos específicos, primordialmente la incidencia de la información en medios de comunicación, las acciones comunicativas en los servicios de atención médica para el trato y prevención del embarazo adolescente, y los canales de comunicación interpersonales utilizados en los procesos de salud.

El tipo de investigación aplicado es exploratoria y descriptiva. El trabajo documental brindó información y comprensión sobre el tema de investigación, así como las entrevistas generadas en la prueba piloto. La investigación concluyente descriptiva en los instrumentos de investigación permitió generar resultados sobre la población sujeta de estudio. Se aplicó un tipo de muestreo por conveniencia, debido a la dificultad para la localización de las unidades de investigación, en este caso, los adolescentes dentro de la edad comprendida en el estudio. Se logró aprovechar el acceso a los jóvenes estudiantes de escuelas secundarias públicas, comprendidas dentro del área geográfica de bajo nivel socioeconómico, se logró entrevistar a 60 individuos dentro de la población referida.

## Resultados

### Perfil de los entrevistados y perspectiva sobre la sexualidad y el embarazo

El perfil de los entrevistados se define por un rango de edad entre 12 a 14 años y una cantidad similar de hombres y mujeres, estudiantes de secundaria y pertenecientes a un hogar conformado por la familia nuclear.

Asimismo, la mayoría de los adolescentes entrevistados utiliza a las redes sociales (85%) como su principal medio de comunicación; por otro lado, la radio y televisión (15%) son utilizadas con menor frecuencia. Además, el acceso a redes sociales se da principalmente a través de celular o tableta electrónica (79%), y en menor proporción a través de computadora (21%).

Con respecto a la edad propicia para iniciar la vida sexual, más de la mitad opinan que es adecuada a partir de los 20 años (60%), mientras que el resto considera los 17 o 18 años (35%).

Entonces, se reconoce entonces que los entrevistados no consideran adecuado el inicio temprano de la actividad sexual.

Asimismo, la totalidad de los entrevistados consideran que la edad propicia para tener bebés es a partir de los 20 años (100%), lo cual refleja que ninguno se considera apto para ser padre y que se tiene una noción sobre la necesidad de una madurez física y emocional para asumir ese rol.

### Grado de concientización sobre prevención y consecuencias de un embarazo adolescente

El grado de concientización sobre las consecuencias en la salud del adolescente ante un embarazo es alto, pues la mayoría (70%) de los entrevistados considera al embarazo como un problema de salud.

Sin embargo, existe una parte significativa (30%) que no lo considera así, lo que marca un área de oportunidad a trabajar en crear conciencia, a través de las relaciones públicas, sobre las consecuencias en la salud del embarazo temprano en los individuos.

Asimismo, los adolescentes entrevistados vislumbran dos tipos de obstáculos ante el embarazo en edad temprana. Cerca de la mitad (53%), lo considera como un riesgo de salud tal que pone en riesgo la vida, mientras que los restantes (47%) ven al embarazo adolescente como un problema de tipo económico.

Esto nos indica que, a pesar de que una parte se encuentra consciente de los riesgos de salud, otra parte casi igual desconoce esta amenaza y ve como prioridad el factor económico.

En cuanto a educación sexual inculcada en casa, la mayoría de los adolescentes (70%) reciben información sobre la prevención del embarazo en la comunicación familiar, donde dicha información se da a partir de los 10 años; por otra parte, un tercio (30%) de los jóvenes no recibe información sobre el tema en su hogar. Entonces, se destaca la necesidad de informar a los jóvenes sobre la prevención del embarazo para así lograr plena conciencia sobre el tema.

Por otro lado, existe una conciencia sobre las medidas de protección, pues la mayoría de los entrevistados afirma tener conocimiento (90%) de los diferentes métodos anticonceptivos, mientras que sólo una mínima parte no tiene ese conocimiento (10%).

Se considera que hay suficiente información sobre el tema, que tanto puede estar siendo impartida en el sector educativo como en los centros de salud a los que acuden.

Por último, la totalidad de los entrevistados afirman conocer los preservativos masculinos (100%). Además, una gran parte también mencionó las pastillas anticonceptivas (75%), y en menor medida, el DIU, los parches y las pastillas del día siguiente (15%) como método anticonceptivo para la prevención del embarazo adolescente.

### Atención médica en los adolescentes

La gran mayoría de los adolescentes entrevistados (94%) reconoce que los centros de salud proporcionan atención gratuita, mientras que el resto no lo considera así (6%).

Entonces, se demuestra que efectivamente hay un servicio vigente proporcionado a la población del estudio.

Sin embargo, los entrevistados brindaron respuestas ambiguas sobre el tipo de atención médica que reciben en los centros de salud, mayormente centradas en las consultas médicas generales que recibe el paciente de forma individual.

Por lo tanto, no se percibe una atención en programas de salubridad específicos, pues la información la proporciona el médico familiar.

Asimismo, al cuestionar si el centro de salud implementa algún tipo de capacitación para la atención y prevención del embarazo adolescente, se generaron resultados encontrados, ya que cerca de la mitad de los entrevistados (45%) afirma que sí se realiza, y el resto (55%) declara que no hay ningún tipo de capacitación.

A pesar de esto, los jóvenes mencionaron algunas actividades implementadas por el centro de salud para la prevención del embarazo adolescente, como la organización de pláticas o conferencias en las propias escuelas o en el centro de salud (56%), la publicación de carteles (22%) y la repartición de métodos anticonceptivos (22%).

De la misma manera, la mitad de los jóvenes reconoce que los centros de salud basan sus campañas en el uso de métodos anticonceptivos (45%), mientras que la otra mitad percibe que abordan el problema mediante la difusión de información sobre el embarazo a temprana edad y la práctica de la abstinencia (55%).

Finalmente, la mayoría de los entrevistados califica el servicio de los centros de salud como excelente o bueno (75%), mientras que el resto lo considera regular (25%), lo que indica que hay una impresión favorable sobre la calidad del servicio, en términos generales, en los adolescentes.

### Estrategias en medios de comunicación

De acuerdo con la publicidad observada por los adolescentes, dos terceras partes no recuerda haber visto ningún tipo de publicidad o propaganda sobre la prevención del embarazo adolescente (60%), una parte significativa; el resto afirma solo haber visto folletos y carteles (40%).

Asimismo, los entrevistados consideran que los centros de salud promueven por redes sociales o internet (46%), así como por televisión (31%) y cartelones (23%), las campañas de información sobre embarazo adolescente, ya que han encontrado publicidad por estos medios.

Respecto a la efectividad de las estrategias, solamente un cuarto de los jóvenes recuerda específicamente el contenido de alguna campaña (25%), mientras que la mayoría se acuerda vagamente de éste (70%). Entonces, los mensajes transmitidos en dicha campaña no están generando el impacto significativo en la atención de los grupos jóvenes, ya que se generan vagos recuerdos de los mensajes transmitidos.

Finalmente, aunque las redes sociales son el medio de comunicación más recurrido en el perfil de los entrevistados, los adolescentes tienden a preferir información personal sobre el tema de embarazo adolescente (63%), también les interesa que esa clase de información se transmita por medio de aplicaciones móviles (21%) y programas de televisión (16%).

### Discusión y Conclusiones

En esta investigación, como primera fase del proceso de las relaciones públicas, se han encontrado las acciones comunicativas y de relaciones públicas en los procesos de salud para la prevención y atención del embarazo adolescente en zonas vulnerables del área metropolitana de Monterrey. Con el análisis de los resultados y los objetivos específicos, se detecta la necesidad de crear campañas en esa disciplina que impulsen el desarrollo de una comunicación íntima, en el entorno familiar, e integral, con el uso de las redes sociales, para lograr la eficacia de la información para la prevención y atención del embarazo adolescente.

Primeramente, el perfil cultural y social reflejado por los sujetos ha sido óptimo, ya que contextualiza el nivel de eficacia de las estrategias detectadas en este estudio. En este rubro, se detecta que la perspectiva de los entrevistados refleja solamente una noción sobre la madurez física y emocional que deben poseer en la vida sexual, por lo que se muestra una necesidad de informarlos por medio de estrategias de relaciones públicas. Asimismo, se expone al internet como el principal canal de comunicación utilizado por los adolescentes, lo cual destaca a primera instancia su utilidad como red social para llevar a cabo esta transmisión del mensaje.

Por otro lado, a pesar de que el grado de concientización sobre el embarazo adolescente en los jóvenes es alto, no todos están conscientes de las repercusiones físicas de éste. Para lograr una conciencia plena del tema, las estrategias aplicadas desde las relaciones públicas tienen que abordar este concepto hacia los jóvenes como un problema de salud, incluyendo tanto repercusiones físicas y emocionales como las dificultades económicas que se puedan enfrentar.

Asimismo, los programas deben atacar el canal de comunicación familiar, pues su fortalecimiento facilita el acercamiento a las campañas brindadas en los centros de salud.

Con respecto a los procesos y acciones comunicativas ofrecidas en los centros médicos, se detecta un buen servicio. No obstante, se muestra una atención médica general y no se distinguen programas específicos para la atención y prevención de embarazo adolescente. Esto representa una gran área de oportunidad para las relaciones públicas, pues se requieren implementar procesos de comunicación enfocados a la necesidad del adolescente, reflejado en este estudio, y desde un enfoque humanístico, como es señalado por Barco *et al.* (2010), y no de forma general y sistemática.

Simultáneamente, es necesario manejar los procesos de información desde el enfoque integral de las relaciones públicas, como lo señala la PRSA (2017), ya que a pesar de las estrategias detectadas sobre conferencias en las escuelas, no se distinguen otras acciones con gran impacto en la mente del adolescente. Es decir que, respecto al análisis en los medios de comunicación utilizados, existe una poca penetración del contenido de los mensajes sobre embarazo adolescente.

En conclusión, la aplicación de relaciones públicas se debe enfocar en los tres principales canales a reforzar: de comunicación familiar, de atención médica y de redes sociales, para establecer mejores redes de información y vínculos entre el paciente y el prestador del servicio de salud. Algunas estrategias que se recomiendan, desde la aplicación de relaciones públicas, son el fortalecimiento de las conferencias en las escuelas desde un enfoque hacia los padres de familia para la mejora de la comunicación interpersonal con los adolescentes, así como el diseño de programas amigables en los centros de salud con información abordada en forma de folletos, carteles y videos específicos del tema. Adicionalmente, la implementación de una aplicación digital que comunique a la comunidad de jóvenes directamente con los centros de salud puede lograr una penetración como red social eficaz para compartir y conocer información confiable sobre los protocolos de atención y prevención del embarazo adolescente.

Finalmente, esta descripción muestra las necesidades primordiales para la implementación de una campaña de relaciones públicas en mejora en los procesos para la prevención y atención del embarazo adolescente, convergiendo la información con otros medios de comunicación, detectados en este estudio, como redes sociales y comunicación personal, junto con la implementación de procesos comunicativos específicos en los procesos de atención médica. Se considera necesario complementar a futuro un estudio desde los organismos de salud, secretarías, centros y hospitales prestadores del servicio para mostrar otra perspectiva y comparar los resultados que permitan complementar la campaña de difusión, como lo señala Wise (2001) en Matilla (2015), desde el estudio de las relaciones públicas.

## Referencias

- BARCO, J., PÉREZ, R. Y BARQUERO, M. (2010). *Cómo Utilizar la Información en la Empresa: Dirección Estratégica de Relaciones Públicas*. Barcelona, España: PROFIT editorial.
- CÉSPEDES, S. (2017). *El perfil axiológico del comunicador desde el contexto profesional y formativo* (tesis doctoral). Universidad de Lleida, España.
- CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN. (2012). *Proyecciones de la población de México 2010-2050*. México: Gobierno de la República. Recuperado el 11 de noviembre de 2018, de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/63977/Documento\\_Metodologico\\_Proyecciones\\_Mexico\\_2010\\_2050.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/63977/Documento_Metodologico_Proyecciones_Mexico_2010_2050.pdf)
- ENCUESTA NACIONAL DE SALUD Y NUTRICIÓN. (2012). *Informe 2012*. México: ENSANUT. Recuperado el 11 de noviembre de 2018, de <https://ensanut.insp.mx/informes/ENSANUT2012ResultadosNacionales.pdf>
- ESTRATEGIA NACIONAL PARA LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO EN ADOLESCENTES. (2017). *Informe de marzo*. México: Gobierno de la República. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/98138/ENAPEA\\_Marzo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/98138/ENAPEA_Marzo.pdf)
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno de la República 2013-2018*. México: Gobierno de la República. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de <http://pnd.gob.mx>
- GONZÁLEZ, A. (2016). *La comunicación en la anatomía del desarrollo social y su naturaleza de estudio*. Madrid, España: ACCI ediciones.
- GRUPO ESTATAL PARA LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN. (2017). *Informe Ejecutivo*. México: Gobierno de la República. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/317699/Nuevo\\_Le\\_n\\_Informe\\_GEPEA\\_2017.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/317699/Nuevo_Le_n_Informe_GEPEA_2017.pdf)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. México: INEGI.org. Recuperado el 11 de noviembre de 2018, de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2010>
- LA SOCIEDAD DE RELACIONES PÚBLICAS DE AMÉRICA. (2017). *Todo sobre las relaciones públicas*. Estados Unidos: prsa-org. Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de <https://www.prsa.org/all-about-pr/>
- MATILLA, K. (2015). *Cambio Social y Relaciones Públicas*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. (2016). *Agenda sectorial para la educación integral en sexualidad con énfasis en la prevención del embarazo en adolescentes*. México: Gobierno de la República. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/230821/8\\_Acciones\\_SEP\\_Dra\\_Silvia\\_Ramirez.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/230821/8_Acciones_SEP_Dra_Silvia_Ramirez.pdf)
- TORRES, I. y BELTRÁN, F. (2002). Programas de educación sexual para personas con discapacidad mental. *Educación XXI*, (5), 35-76. España: UNED. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de <http://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/383>
- WILCOX, D., CAMERON, G., y XIFRA, J. (2012). *Relaciones públicas: estrategias y tácticas (10ªed.)* Madrid: Pearson.