

## **Influencia de las estrategias motivacionales en la actitud hacia la educación sexual**

Gysell Plata, Aura Tampoa, Vincenzo Russotto y Salomé Rosales

gysell\_p@hotmail.com

auratampoa@hotmail.com

vincenzorussotto@gmail.com

salome.rl@gmail.com

Escuela de Psicología, Universidad Central de Venezuela

### **Resumen**

La presente investigación, estudió la influencia de estrategias motivacionales sobre la actitud hacia la educación sexual. Participaron 45 estudiantes de ambos sexos, de séptimo grado de bachillerato, en una institución pública, asignados aleatoriamente a dos grupos experimentales y un grupo control. Todos los participantes recibieron un manual sobre infecciones de transmisión sexual. Como estrategias motivacionales el grupo experimental 1 realizó un proyecto grupal, el 2 un cuento individual y el grupo control no realizó ninguna actividad. Se les aplicó una escala de actitud hacia la educación sexual. Se empleó ANOVA de una vía y Scheffé, encontrándose que realizar estrategias motivacionales contribuye a incrementar la actitud positiva hacia la educación sexual, con respecto a no realizar ninguna actividad.

**Palabras clave:** Actitud, educación, estrategia motivacional, sexualidad, infecciones de transmisión sexual.

## **Influence of motivational strategies on the attitude toward sexual education**

### **Abstract**

This investigation studied the influence of motivational strategies on the attitude toward sexual education. Participants were 45 students (male and female) from seventh grade of a public institution. They were randomly assigned to one control group and two experimental groups. All the participants received a manual about sexual transmission infections. As motivational strategies the experimental group 1 made a group project, the second experimental group used an individual story and the control group did not use any activity. An attitude toward sexual education scale was applied and a one way ANOVA and a Scheffé test were used. We found that motivational strategies contribute to increase the positive attitude toward sexual education.

***Key words:*** attitude, education, motivational strategies, sexuality, sexual transmission infections

La sexualidad humana hace referencia a la condición psicológica, social y fisiológica que una persona desarrolla de acuerdo al género al cual pertenece; este proceso de individuación e identificación predetermina la forma de percibir el mundo, de establecer relaciones con los otros y de construir aspiraciones (Ruiz, 2003). Los estudiosos de la salud pública han conducido que el ser humano, para poder convivir armónicamente con el sistema que le rodea, debe estar sano, este término se refiere no sólo a la ausencia de enfermedad sino por el contrario a la forma en la cual todos los ámbitos de la vida de un individuo (biológico, psicológico, social y espiritual) se encuentran interactuando de manera coherente.

Al extrapolar esta definición de salud al área específica de la sexualidad se puede decir que, de acuerdo a Àmbit Prevenció (2006) la salud sexual se designa como la capacidad de disfrutar y adaptar el comportamiento instintivo y reproductivo en consonancia con una ética personal y de respeto al otro; esto está relacionado con la desmitificación de las falsas creencias, la liberación del miedo, de la vergüenza, la culpa y demás factores psicológicos que imposibilitan una respuesta sexual gratificante. Esta concepción de la salud sexual también incluye la prevención y el tratamiento de aquellas enfermedades o infecciones que pudiesen llegar a interferir en el logro de relaciones íntimas satisfactorias. Sin embargo, las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS) son una problemática mundial creciente, que afecta la salud física y psicológica de los individuos, y requiere de soluciones urgentes.

En Venezuela y el mundo, la problemática en torno a las ITS, ha alcanzado cifras alarmantes. Según el Anuario de Mortalidad 2004, elaborado por el MSDS venezolano, el SIDA fue causante de 1.369 defunciones. Y con respecto al VPH, aunque los ginecólogos reportan que es uno de los principales motivos de consulta, se desconocen las cifras oficiales sobre el número de infectados en la nación.

Si bien la población adolescente y joven suele ser un segmento relativamente sano de la población, cuando reportan mala salud tiende a relacionarse con accidentes, actos de violencia, consumo de drogas e ITS, con fuertes consecuencias biológicas y psicosociales (Hernández y Cruz, 2008). Por sus características los que más comprometen su salud reproductiva. La conducta sexual irresponsable, ITS, el embarazo no deseado y el aborto provocado constituyen problemas de salud que se presentan con frecuencia en los adolescentes (Doblando, De la Rosa, Pérez, Jiménez, y González, 2009).

Aunque esta situación requiere de acciones constantes de salud pública en todos los países, Krahé, Abraham y Scheinberger – Olwig (2005), sostienen que generalmente se desconoce la efectividad de los panfletos de educación para la salud creados para las campañas de prevención. Por ello, los investigadores realizaron un experimento para evaluar la influencia de una estrategia motivacional sumada a la presentación de información en un volante sobre educación sexual, en la actitud hacia el condón. El resultado fue que no hubo diferencias significativas entre el grupo que recibió un incentivo y el grupo que no. Los autores recomiendan comprobar otras estrategias motivacionales y otros medios de transmisión de información, así como el uso de una muestra con menor nivel cognoscitivo.

Por otra parte, Yavuz (2004), y Hallman (1975) sostiene que existen diversos tipos de estrategias para motivar a un grupo de personas para aprender una información. Entre ellas se pueden mencionar: la generación de proyectos en conjunto y las actividades de pensamiento creativo, como la creación de un cuento a partir de la presentación de un material previo.

Partiendo de lo anterior, en ésta investigación se planteó la siguiente pregunta: **¿Influyen las estrategias motivacionales en la actitud hacia la educación sexual?**

## MÉTODO

### VARIABLES

Variable Independiente: Estrategias motivacionales.

*Niveles:* Proyecto grupal – Campaña publicitaria.

Actividad individual – Cuento.

Ausencia.

Variable Dependiente: Actitud hacia la Educación sexual.

### DISEÑO

Dos grupos experimentales y un grupo control con post test.

(R) G1 X1 O2

(R) G2 X2 O4

(R) G3 ---- O5

## PARTICIPANTES

45 jóvenes de 13 a 14 años de edad, de ambos sexos, estudiantes de séptimo grado de bachillerato, de la Escuela Básica Distrital “Ramón Pompilio Oropeza” asignados de forma aleatoria a los grupos y condiciones experimentales.

## PROCEDIMIENTO

Se procedió a la entrega y lectura de un manual sobre ITS, con una duración de 45 min. Luego se asignó a cada grupo experimental la estrategia motivacional correspondiente. Al grupo control no se le asignó ninguna tarea. Una vez culminada la actividad se aplicó la escala de actitud hacia la educación sexual.

## RESULTADOS

A través del programa SPSS 10.0 se procedió al cálculo de los estadísticos descriptivos (Media, desviación típica, varianza) para cada una de las condiciones experimentales, seguidos del análisis de varianza (ANOVA de una vía), y la prueba post hoc Scheffé.

Para el grupo control  $G_c$ , la media de la prueba fue de 102.533 puntos, con una desviación típica de 7.463, y una varianza de 55.695. En la condición del proyecto grupal (publicidad)  $G_1$  la media de la prueba fue de 140.067 puntos, con una desviación típica de 8.181, y una varianza de 66.924. En el grupo que realizó el cuento como estrategia  $G_2$ , la media de la prueba fue de 135.867 puntos, con una desviación típica de 12.966, y una varianza de 168.124 (Tabla 1 y figura 1).

Tabla 1

*Estadísticos descriptivos para las medidas de la actitud hacia salud sexual en todas las condiciones.*

			N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.	Asimetría	Curtois
<b>G Control</b>	<b>C</b>	Sumatoria	15	88,00	112,00	102,5333	7,4629	-,708	-,302
		N válido (según lista)	15						
<b>G Publicidad</b>	<b>1</b>	Sumatoria	15	126,00	157,00	140,0667	8,1807	,418	,915
		N válido (según lista)	15						
<b>G2 Cuento</b>		Sumatoria	15	115,00	159,00	135,8667	12,9663	-,137	-,817
		N válido (según lista)	15						

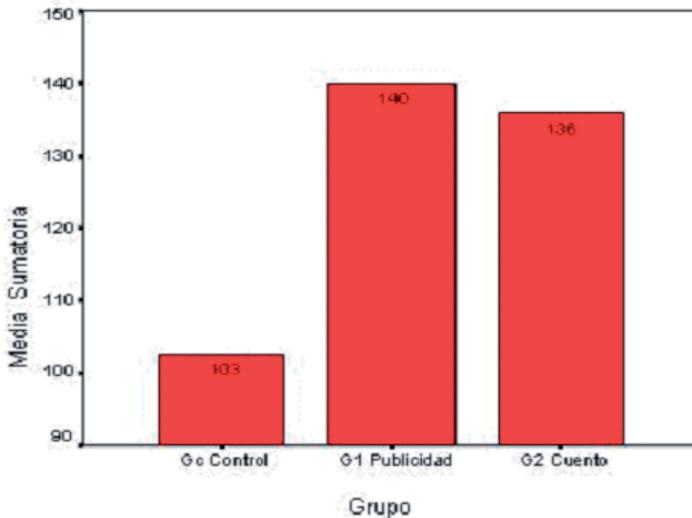


Figura 1: Medias de las puntuaciones obtenidas por los grupos.

La significación arrojada por la prueba ANOVA de una vía fue de 0.000, por lo que puede afirmarse que existen diferencias significativas entre los grupos (Tabla 2). Para determinar en dónde se encuentran dichas diferencias, se aplicó la prueba Scheffé (Tabla 3), encontrándose que las diferencias entre el  $G_c$  y el  $G_1$ , tuvieron una significación de 0.00 ( $\alpha=0.05$ ), al igual que entre el  $G_2$  y el  $G_c$ . Sin embargo, no hubo diferencias significativas entre los grupos experimentales (0.511 en ambos casos).

Tabla 2

*Prueba ANOVA de una vía para la significación de las diferencias entre los grupos*

	Suma de cuadrados	Gl	Méda cuadrática	F	Sig.
<b>Intergrupos</b>	12687,511	2	6343,756	65,457	,000
<b>Intragrupos</b>		42	96,914		
<b>Total</b>	16757,91	44			

Tabla 3

*Prueba Post Hoc Scheffé*

(I) Grupo	(J) Grupo	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al X5%	
					Límite inferior	Límite superior
Gc Control	G1 Publicidad	-37.53+	35.947	.000	-466.556	-284.111
	G2 Cuento	-33.33+	35.947	.000	-424.556	-284.111
G1 Publicidad	G1 Publicidad	<b>37.53+</b>	35.947	.000	284.111	456.556
	G2 Cuento	4.20	35.947	.511	-49.223	133.223
G2 Cuento	G1 Publicidad	33.33+	35.947	.000	242.111	424.556
	G2 Cuento	-4.20	35.947	.511	-133.223	49.223

+ La diferencia entre las medias es significativa al nivel .05

En el diagrama de cajas, es posible apreciar que la mediana del  $G_c$  es de 104 puntos, la del  $G_1$  es de 139 y la del  $G_2$  es de 139 igualmente. El  $G_1$  fue el más homogéneo de todos, a éste le sigue el grupo control y por último se ubica el  $G_2$ , que resultó ser el más heterogéneo, es decir, obtuvo una mayor dispersión en sus puntajes y un rango mayor que el  $G_1$  (Figura 2)

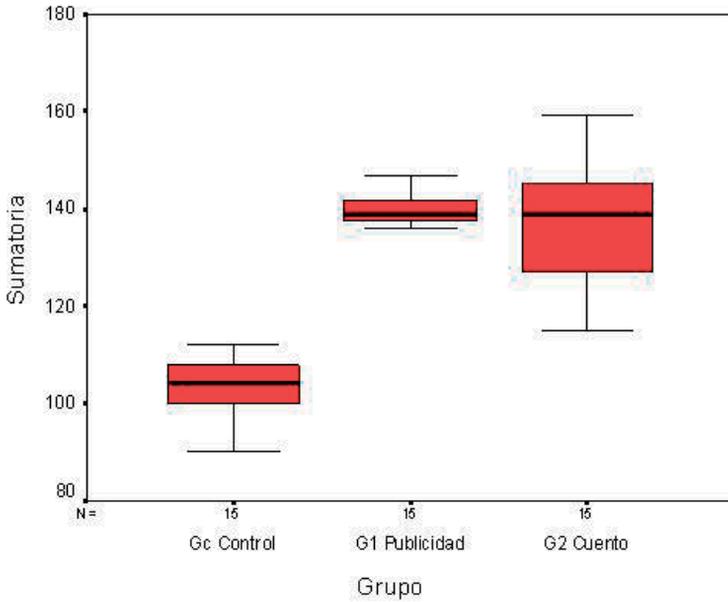


Figura 2: Diagrama de cajas de las puntuaciones obtenidas por los grupos.

## DISCUSIÓN

Existe un gran número de investigaciones que han examinado cómo las estrategias motivacionales influyen en el aprendizaje, la persuasión, generación y cambio de actitudes. Krahe, Abraham y Scheinberger – Olwig (2005), usaron panfletos (volantes) obteniendo diferencias no significativas en la actitud hacia uso del condón. Estos incentivos externos, en vez de internos, consistían en vales para canjear en una tienda de Cd's. Por su parte, Yavuz (2004), sostiene que existen diversas formas de incentivar intrínsecamente a los sujetos, sin recurrir a medios externos como el dinero, señalando entre éstos la generación de proyectos en conjunto, mientras que Hallman (1975) afirma que la realización de cuentos y otras actividades creativas son provechosas para el proceso educativo, debido a sus efectos motivantes. En cualquier caso, se puede decir que la motivación intrínseca de quien percibe un mensaje juega un papel trascendental, ya que ha medida que esta es mayor, el compromiso de analizar el material obtenido también se incrementa, como señalan Fernández y Suárez (2005).

En la presente investigación, se probó la influencia de dos estrategias motivacionales en la actitud hacia la educación sexual, partiendo de estos hallazgos. Las estrategias seleccionadas fueron la realización de un proyecto grupal que consistió en el desarrollo de una campaña publicitaria en base a la información contenida en un manual sobre ITS, y la creación, individual, de un cuento, partiendo del mismo material informativo.

La hipótesis de investigación planteada, dictaba que el grupo al cual se le presentara un manual informativo infecciones de transmisión sexual y se le asignara la realización de un proyecto en equipo, mostraría una actitud más positiva hacia la educación sexual, que el grupo al cual se le presentara un manual y se le asignara la realización de un cuento individualmente; este a su vez mostraría una actitud más positiva hacia la educación sexual que el grupo que no realizara ninguna tarea adicional luego de la presentación del manual.

De acuerdo a los resultados obtenidos luego de aplicar los estadísticos inferenciales, se obtuvo que hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula, en la que se plantea que no existen de diferencias significativas entre los puntajes obtenidos por los participantes de los tres grupos, en la Escala de Actitud hacia la Educación Sexual, a favor de la hipótesis de investigación.

Sin embargo, cabe destacar que la hipótesis de investigación sólo se acepta parcialmente debido a que, posteriormente a la aplicación de la prueba post hoc *Scheffé*, se evidenció la existencia de diferencias significativas entre los puntajes obtenidos por los participantes que formaban parte de los dos grupos experimentales y el grupo control, pero, no entre los dos grupos experimentales.

A nivel descriptivo, no obstante, si hubo una tendencia en el grupo 1 a presentar una actitud más positiva hacia la educación sexual que en el grupo 2. Es posible que con una muestra mayor, las diferencias entre las estrategias fueran significativas, permitiendo así determinar si éstas difieren en eficacia a la hora de motivar a los sujetos y promover una actitud positiva.

La evidencia empírica fundamental, en cualquier caso, es que la implementación de estrategias motivacionales resulta realmente más efectiva al momento de generar una actitud positiva hacia la salud sexual y reproductiva en jóvenes de 13 a 14 años estudiantes de séptimo grado, que la transmisión de información por sí sola.

De acuerdo a la sugerencia de investigación, producto del vacío metodológico planteado por Krahé, Abraham y Scheinberger – Olwig (2005) en su experimento, los autores adjudican dichos hallazgos al nivel cognitivo de la muestra seleccionada, que según ellos, era superior al esperado. En este caso, el nivel cognitivo de la muestra seleccionada era acorde con los requerimientos del proyecto de investigación, por lo que la falta de diferencias entre los grupos experimentales no se debe a esta variable extraña no controlada en el experimento anteriormente planteado.

De acuerdo con Yavuz (2004), la presentación de estrategias motivacionales es un elemento favorable como recurso pedagógico, porque logra comprometer a los estudiantes con el proceso de aprendizaje, e incluso hace que se sientan libres de opinar y con más ganas de prepararse intelectualmente, pues la exigencia no proviene del ambiente sino de su interior. En consonancia con lo anteriormente planteado, Fernández y Suárez (2005) sostienen que la motivación es indispensable en la transmisión de información, para ser asimilada por el receptor y en el proceso de enseñanza aprendizaje, para responsabilizar al aprendiz con su desarrollo intelectual, es decir, en ambos casos es útil como catalizador de los procesos que implican el compromiso de quienes se encuentran aprehendiendo los mensajes provenientes del medio. Al presentar las estrategias motivacionales

“proyecto publicitario en grupo” y “realización de un cuento individual”, los participantes se sintieron comprometidos con la actividad, por lo cual se produjo una mayor internalización de la información presentada en el manual, esto no sucedió en el grupo control. Estos hallazgos contradicen lo planteado por Yavuz (2004), quien señala que las actividades grupales son más efectivas que las individuales, en la generación de una actitud positiva hacia determinado objeto.

La ausencia de diferencias significativas entre los puntajes obtenidos por los dos grupos experimentales pudo deberse a factores grupales como la cohesión, ya que, trabajar en equipo con compañeros con los que no se tiene afinidad, es menos motivante que realizar actividades individuales.

Otro aspecto relevante es el tipo de tarea a realizar, debido a que las actividades creativas, en grupo, implican llegar a consenso en todos los aspectos del mismo, lo cual suele ser complicado cuando se trata de llevar un orden y una secuencia específica; en este caso los participantes del grupo 1 tuvieron que realizar un proyecto publicitario, lo cual requirió del consenso grupal y quizá fue ese el motivo por el cual sus puntuaciones no fueron significativamente superiores a las del grupo 2. Por el contrario, crear una historia, lo cual implica un trabajo creativo, resulta más sencillo de lograr si se realiza individualmente, aunque esta sea catalogada como una actividad menos motivante (Yavuz, 2004).

En la similitud de los puntajes de los grupos experimentales pudo influir, además, la deseabilidad social por parte de los individuos, debido a que hay una tendencia a mostrar conductas que se consideran altamente aceptadas y valoradas por la sociedad y si un sujeto manifiesta posiciones negativas hacia las mismas puede ser castigado por los que le rodean, por lo que para evitar esto el individuo manifestará estar de acuerdo con dicha conducta (Ferrando y Chico, 2000). Del mismo modo, otro de los factores que pueden haber tenido una influencia en los resultados obtenidos, tiene que ver con las características del mensaje en lo que se refiere a la naturaleza del objeto actitudinal que en este caso es la educación sexual.

Entonces, luego de la presentación del manual, y el énfasis en los aspectos positivos del uso del condón y la educación sexual, es posible que los sujetos hayan reportado estar de acuerdo, con el fin de cumplir con las expectativas sociales e incluso con las demandas del experimentador, que aunque no fueron explícitamente señaladas, podían vislumbrarse en

contenido informativo del manual. Sin embargo esto puede operar como disposición motivacional, por lo que sería de interés evaluar sus efectos como variables independientes, sobre la actitud hacia la educación sexual, y su efecto conjunto con estrategias motivacionales.

Por ello, se recomienda para futuras investigaciones, aplicar nuevas estrategias, e incluso establecer comparaciones entre actividades grupales e individuales para conocer si realmente existen diferencias significativas entre estas.

Por otra parte, se considera necesario trabajar con otras muestras, es decir, en colegios privados, colegios del interior del país, a nivel de educación primaria, secundaria y universitaria. También se recomienda probarlas en el área laboral.

La recomendación más importante, es masificar el manual sobre infecciones de transmisión sexual, acompañado de las nuevas estrategias motivacionales, a nivel de 7° grado en adelante (colegios públicos y privados), debido a que la falta de información es una fuente de riesgo tanto de embarazos no deseados como de infecciones, y esta población se encuentra expuesta. E incluso en estratos en que la iniciación sexual tiende a ser retardada, es importante el efecto preventivo que la información en él expuesta, tiene sobre los jóvenes.

Entre las limitaciones encontradas durante la realización de esta investigación, influyó la poca disponibilidad de sujetos, debido a que el experimento tuvo lugar en el último mes de actividades escolares, siendo pocos los liceos públicos que aún se encontraban funcionando regularmente. Ligado a esto, no fue posible la comparación de un mayor número de estrategias motivacionales. El tiempo para llevar a cabo todas las fases de desarrollo del experimento, fue restringido. Por motivos presupuestarios, no fue posible comprobar la influencia de estrategias de presentación de la información distintas al manual.

Con respecto a nuevas maneras de presentar el contenido sobre ITS, es necesario extender el alcance de la información trabajada, a sujetos alfabetizados no escolarizados, y sujetos analfabetas, en cuyo caso, al igual que en sujetos con discapacidad, deberán probarse formas de presentación de información, acorde a las necesidades de la muestra.

A pesar de que en 8° grado se imparte la asignatura educación para la salud, se recomienda comenzar la educación sexual incluso en primaria, ya que la edad de iniciación sexual promedio está cerca de los 12 años, y se busca hacer del contenido del manual, un elemento preventivo además de profiláctico.

Por otra parte, es importante probar el efecto de estas y otras estrategias motivacionales en la educación con respecto a otras problemáticas sociales.

## CONCLUSIÓN

En la presente investigación, se probó la influencia de dos estrategias motivacionales en la actitud hacia la educación sexual, partiendo de los hallazgos Krahé, Abraham y Scheinberger-Olwig (2005), Yavuz (2004) y Hallman (1975). Las estrategias seleccionadas fueron la realización grupal de una campaña publicitaria en base a la información contenida en un manual sobre ITS, y la creación, individual, de un cuento, partiendo del mismo material informativo.

Los resultados obtenidos arrojaron que la implementación de estrategias motivacionales resulta más efectiva al momento de promover una actitud positiva hacia la salud sexual y reproductiva, en jóvenes de 13 a 14 años estudiantes de séptimo grado, que la transmisión de información por sí sola.

La ausencia de diferencias significativas entre los puntajes obtenidos por los dos grupos experimentales pudo deberse a factores como la cohesión grupal, el tipo de tarea a realizar, la deseabilidad social, las características del mensaje en lo que se refiere a la naturaleza del objeto actitudinal, entre otras. Por ello, se recomienda para futuras investigaciones, aplicar nuevas estrategias, evaluar los efectos de las variables extrañas mencionadas, como variables independientes y su efecto conjunto con estrategias motivacionales, sobre éste y otros objetos actitudinales. Pero la recomendación más importante, es masificar el manual sobre ITS, a nivel de estudiantes, profesionales, analfabetas y discapacitados, e incluir a los padres en el proceso educativo, fomentando la tolerancia, la aceptación y la apertura a la comunicación.

## REFERENCIAS

- Àmbit Prevenció (2006). *Taller de salud sexual*. Recuperado el 10 de Junio de 2006, de <http://www.ambitprevencio.org>.
- Doblado, N., De la Rosa, I., Pérez, E., Jiménez, C., y González, G. (2009). Estrategia de intervención educativa para elevar el conocimiento sobre algunos aspectos de sexualidad en estudiantes. *Revista Cubana de Obstetricia y Ginecología* 35(4), 191-204.
- Fernández, A. y Suárez, J. (2005). Escalas de evaluación de estrategias motivacionales de los estudiantes. *Anales de Psicología*, 21(1), 116-128.
- Ferrando, P. y Chico, E. (2000). Adaptación y análisis psicométrico de la escala de discapacidad social de Marlowe y Crowne. *Psicothema*, 12(3), 383-389.
- Hallman, R. (1975). *Estrategias para la Creatividad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Hernández, Z. y Cruz, A. (2008). Conductas sexuales riesgosas y adictivas en estudiantes universitarios. *Psicología y Salud*, 18(2), 227-236.
- Krahé, B., Abraham, C., y Scheinberger-Olwig, R. (2005). Can safer-sex promotion leaflets change cognitive antecedents of condom use? An experimental evaluation. *British Journal of Health Psychology*, 10, 203-220.
- Ruiz, A. (2003). *La sexualidad Humana*. Universidad de Navarra, España.
- Yavuz, N. (2004). *The use of non – monetary incentives as a motivational tool: A survey study in a public organization in Turkey*. Middle East Technical University, Turkey.