ÍNDICE

Introducción 11

capítulo 1 **HONDURAS**

1. 1. PERCEPCIÓN DE LA CULTURA SEXUAL HONDUREÑA 17

1.1. Diferencias de género 17

1.2. Referentes de información juveniles 20

1.2.A Amistades cómplices 20

1.2.B. *Massmedia* como espacios de socialización sexual 21

1.3. Códigos sexuales de la cultura hondureña 23

1.3.A. Escasez de conocimientos 24

1.3.B. Machismo y conservadurismo 24

1.3.C. Estigmatización de la homosexualidad 24

1.3.D. Prácticas sexuales 25

2. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL: CAMPAÑA DE PREVENCIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA 26

2.1. Diseño de la estrategia 27

2.2. Aportes de la campaña comunicacional a la respuesta al VIH/SIDA 29

2.3. Problemas de la campaña comunicacional 30

2.3.A. Desarticulación en los planos de intervención 31

2.3.B. Contenidos ingenuos y alejados del mundo juvenil 32

2.4. Impacto de la campaña comunicacional en grupos específicos: TCS y HSH 34

2.5. Desconocimiento de las subjetividades juveniles 35

2.6. Nula participación juvenil en la producción de los mensajes 36

3. CULTURA INSTITUCIONAL EN LA RESPUESTA AL VIH/SIDA 36

3.1. Definición de prioridades 37

3.2. Campaña con "influyentes" 38

3.3. Logros de la campaña con "influyentes" 39

3.4. Logros en el largo plazo 41

3.4.A. Éxito coyuntural 41

3.4.B. Ausencia de voluntad política 42

3.5. Construcción de una cultura institucional ideal 42

3.5.A. Insuficiente base institucional 42
3.5.B. Carencia de investigaciones socioculturales 46
3.6. Desafíos para el futuro 50
3.6.A. El mensaje 51
3.6.B. Articular niveles de intervención 52

capítulo 2

GUATEMALA

1. LA INVESTIGACIÓN EN EL PAÍS: MIRADA EPIDEMIOLÓGICA 53
1.1. Trayectoria y carácter de la epidemia 53
1.2. Predominio urbano del VIH/SIDA 56
1.3. Masculinización de la epidemia 57
2. PERCEPCIONES DE LA CULTURA SEXUAL EN GUATEMALA 58
2.1. Patrones culturales de la sexualidad 58
2.1.A. Machismo organizador de la sexualidad 59
2.1.B. Sexualidad juvenil: entre tabúes y represiones 61
2.1.C. El mundo de la prostitución: condicionamientos estructurales y nuevas estrategias 64
2.1.D. La pornografía en la formación sexual juvenil 65
2.1.E. Conocimientos de la prevención, homofobia y minorías sexuales 66
3. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL: CONTEXTO NACIONAL E HISTORIA DE LAS CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN 71
3.1. Historia del trabajo en prevención y comunicación 71
3.2. Debate en torno a la definición de las prioridades en la estrategia comunicacional 73
3.3. Las campañas de comunicación 76
3.4. Institucionalización de la estrategia comunicacional 77
3.5. Principales obstáculos en las campañas comunicacionales 79
3.5.A. Obstáculos religiosos y políticos 79
3.5.B. Limitada presencia en medios masivos 80
3.6. Limitaciones morales del trabajo de prevención entre las trabajadoras sexuales 81
4. CULTURA INSTITUCIONAL EN LA LUCHA CONTRA EL VIH/SIDA EN GUATEMALA: PRIORIDADES Y ESTRATEGIAS 82
4.1. Reconstrucción de la historia de la respuesta social en el país 82
4.2. Dimensión sociocultural en la respuesta social al VIH/SIDA 85
4.3. Criterios que han organizado las prioridades en la estrategia nacional de prevención 86
4.4. Criterios que organizan las prioridades en la estrategia nacional de prevención del futuro inmediato 91
4.4.A. Contenidos de las campañas: transitar de lo general a lo particular y de la imagen del riesgo a la sexualidad placentera 92

4.5. Alcances culturales y políticos para abordar temáticas de sexualidad y las estrategias de solución 94
4.6. Coordinación interinstitucional 95

capítulo 3 REPÚBLICA DOMINICANA

1. PERCEPCIÓN DE LA CULTURA SEXUAL DOMINICANA 99
1.1. Diferencias de género 99
1.1.A. Significación de la dimensión sexual 99
1.1.B. Referentes de información juveniles 101
1.2. Diferencias de clase 102
1.3. Canales de influencia juveniles y modelos de sexualidad 105
1.3.A. Hostigamiento policial a la sexualidad juvenil 105
1.3.B. *Massmedia* como espacios de socialización sexual 105
1.3.C. La música como transgresión y formación sexual 107
1.3.D. Migración como importación de modelos 108
1.4. Códigos sexuales de la cultura dominicana 108
1.4.A. Placer, genitalidad sexual y discursividad 108
1.4.B. Machismo y homosocialidad: códigos en fractura 110
1.4.C. Invisibilización de la homosexualidad 111
1.4.D. La sexualidad femenina como mercancía de intercambio 112
1.4.E. La maternidad como validación femenina 112
1.4.F. La sexualidad como tabú: herencia generacional 113
2. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL: CAMPAÑA DE PREVENCIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA 116
2.1. Diseño de la campaña comunicacional 116
2.1.A. Campaña en el tema de la "confianza" (Conecta) 117
2.1.B. "No soy un punto aparte": campaña por la no discriminación de las personas viviendo con VIH/SIDA (Copresida) 118
2.2. Logros de la campaña "Confianza en tu pareja" 118
2.3. Limitaciones de la campaña "Confianza en tu pareja" 121
2.3.A. Comunicación en medios poco idóneos 121
2.3.B. Desatención de los grupos de escasos recursos 122
2.3.C Filosofía de las campañas dirigidas al nivel cognitivo de la experiencia sexual 122
2.3.D. Reconocimiento diferenciado de las subjetividades de la población 123
2.4. Relación entre los niveles mediático y comunitario 125
2.4.A. Impacto de la campaña comunicacional entre los grupos específicos: TCS y HSH 126
3. CULTURA INSTITUCIONAL EN LA LUCHA CONTRA EL VIH/SIDA. PRIORIDADES DE LA ESTRATEGIA EXISTENTE 127

3.1. Historial de las estrategias comunicacionales 127
3.2. Estrategias asociadas al trabajo de prevención 128
3.3. Función de la investigación social y limitaciones conceptuales. El caso de Profamilia 129
3.4. Carencia de investigaciones socioculturales 132
3.5. Potencialidades de las investigaciones fuera del canon epidemiológico y demográfico. 135
El caso de la ONG Insalud 135
3.6. Intereses políticos contraproducentes 137
3.7. Ausencia de voluntad política del gobierno y el desafío de la educación sexual integral 138
3.8. Participación gubernamental en la estrategia comunicacional 139
3.9. Ausencia de las subjetividades juveniles 139
3.10. Dependencia de la Cooperación Internacional 141