

# LA EDUCACIÓN SEXUAL EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO

**Susana Méndez Gago**

Psicóloga. Especialista en Educación para la Salud  
Jefe de Desarrollo de Programas. FAD

*Este artículo tiene como objetivo describir y analizar los contenidos de carácter sexual que se ofertan en la televisión, el cine, el vídeo/DVD e Internet y su papel en la conformación de actitudes y comportamientos sexuales. Los medios citados, forman parte de la sociedad de consumo y deben ser seriamente considerados porque están ubicados en los espacios cotidianos de socialización de niños y adolescentes. Este contacto directo puede desplazar la labor de los adultos como agentes educativos naturales de los más jóvenes en materia de educación sexual.*

**Palabras clave:** Educación informal, sociedad de consumo, sexo, televisión, cine, vídeo, DVD, Internet.

*The purpose of this article is to describe and analyse the contents of a sex nature offered on the television, in the cinema, video/DVD and Internet and their role in shaping attitudes and behaviour towards sex. The said media form part of the consumer society and must be seriously considered because they are located in the day-to-day areas of child and adolescent socialisation. This direct contact may displace the work of adults as natural educational agents of the youngest in matters of sex education.*

**Key words:** Informal education, consumer society, sex, television, cinema, video, DVD, Internet.

## Introducción

**E**stamos sometidos al poder de la economía y vivimos en este contexto. Aun con todas las matizaciones que pudieran hacerse sobre los beneficios que este sistema tiene, los flujos de la economía aceleran o deceleran el crecimiento de cualquier pueblo. Los países que han alcanzado o están en proceso de alcanzar unos niveles de progreso determinados comparten como constante, el impacto de la dinamización económica en sus estructuraciones sociales, y culturales. La economía, como eje transversal, con sus intereses y fluctuaciones, condiciona y configura variados aspectos de la idiosincrasia de esa sociedad: la cultura, los valores, las leyes, los hábitos, las costumbres, etc.

En ese sentido, la labor educativa también se ve afectada. Esta afectación se hace explícita cuando se quiere educar en materia de valores y actitudes prosociales (solidaridad, tolerancia, respeto, participación, etc.), imprescindibles para la supervivencia de cualquier comunidad. La acción de enseñar debe incorporar los vaivenes de la búsqueda de un equilibrio que, al tiempo, integre coherentemente los valores emergentes (como la competitividad, el presentismo, el consumismo, el individualismo, etc.), nacidos en posturas neoliberales, evitando que desplacen a los valores prosociales a los que nos referíamos.

Para los agentes sociales que ejercen una labor educativa en los ámbitos de la educación formal y no formal esta situación es compleja. Les puede

resultar muy difícil compatibilizar en sus discursos la combinación de la solidaridad con la competitividad, de la exigencia de participación social con el individualismo. A veces, aparece tan complicado como intentar mezclar agua con aceite y, en este difícil ejercicio, lo más común es la polarización de los discursos, mediante los que cada colectivo apuesta por unos valores y rechaza públicamente otros, sin darse cuenta de que, muy probablemente, esa defensa unilateral no es más que una declaración de intenciones ideal, que se asienta sobre una obligada, aunque paradójica, conjunción de valores.

La velocidad del avance tecnológico y de los mercados evoluciona más deprisa que los avances en materias tan fundamentales como la educación, la ética, la filosofía, etc. Por ejemplo, los descubrimientos revolucionarios relacionados con la genética, abren un sin fin de soluciones a problemas irresolubles hasta el momento pero también se generan una gran variedad de cuestionamientos que tienen un fondo ético. Los aspectos éticos de los avances científicos, sin embargo, no han progresado al mismo ritmo, a pesar de ser imprescindibles en las decisiones a tomar frente a cada nuevo descubrimiento. La reflexión sobre la ética marcará, en gran medida, los valores del futuro.

Los cambios remueven todas las estructuras sociales. Éstas deben reinventarse rápidamente para acomodarse a la nueva realidad y, en ese proceso de transformación, se ponen de manifiesto las debilidades y fortalezas de cualquier estructura. La evidencia de esa vulnerabilidad a veces puede provocar respuestas poco deseables: la reaccionaria, según la cual nada debe moverse y todo lo que venga es malo y, la de huida hacia delante, en la que cualquier cambio en cualquier dirección es válido y nada de lo anterior sirve.

Todo lo expuesto hasta ahora se pone claramente de manifiesto en un tema tan controvertido como la educación sexual: desde dónde se realiza o se debe realizar, quiénes son sus agentes, y qué influencia tiene en ella el libre mercado.

El protagonismo de quién, cómo y dónde se educa sobre sexualidad ha ido cambiando. No obstante, esto no niega la verdad primaria: la educación es una necesidad vital de cualquier sociedad que trasciende las posturas sobre el lugar, ámbito o estrategia para desarrollarla; el hecho educativo es intrínseco a lo humano.

La delimitación de la educación según su ámbito de desarrollo – formal, no formal e informal, sirvió en su momento de encuadre para poder proyectar en la realidad cotidiana un ordenamiento de los agentes educativos y del modo de educar. Sin embargo, en el panorama actual, el debate sobre las fronteras entre la educación formal, no formal e informal, está muy vivo porque los límites entre ellas cada día son más difusos, llegando e entremezclarse unas con otras en algunos espacios y tiempos.

## Sexo y educación

En el ámbito de la educación formal la Educación Sexual es una materia transversal específica según la L.O.G.S.E.: La Ley educativa describe la transversalidad como todos aquellos contenidos que dada su naturaleza integral (medioambiente, salud) deben abordarse en todas las áreas de conocimiento a lo largo de la enseñanza obligatoria. Sin embargo, en muchos centros escolares queda sometida a la mínima expresión para no entrar en conflicto con el Consejo Escolar donde los padres explicitan los temores y posicionamientos morales que condicionan un abordaje pleno del tema.

Las iniciativas surgidas en ámbitos no formales en materia de educación sexual son el complemento necesario y sumativo al impartido en el ámbito de la educación formal. Las administraciones, con sus campañas de sensibilización, cursos de formación, etc., desarrollan desde hace tiempo programas educativos no formales sobre sexualidad. Aunque los abordajes en esta materia pueden ser distintos dependiendo de la entidad que la imparta ( una Consejería de Sanidad, un Área de Juventud

de un Ayuntamiento o una asociación juvenil confesional o no), pueden considerarse, en principio, siempre útiles porque crean unos espacios imprescindibles donde los niños, adolescentes y jóvenes pueden empezar a hablar y compartir sus dudas y preocupaciones sobre algo que viven como seres sexuados.

Sin embargo, como la educación sexual moviliza posicionamientos éticos, muchas de las iniciativas surgidas en los espacios no formales, son criticadas, descalificadas e, incluso, en ocasiones, hasta paralizadas por algunos sectores sociales no identificados con las posturas ideológicas desde las que se habla o que se presuponen en el agente del discurso.

En estas circunstancias, los contextos informales de educación tienen ventaja, tanto mayor cuanto más informales sean, que los formales. En un ámbito donde aparentemente no hay responsables directos, la educación se hace difusa y hace que las voces críticas y temerosas de la sexualidad se diluyan entre tantos objetos criticables. La comunidad, el barrio, la tele, la publicidad, el cine, la música, los amigos, aportan su perspectiva de la manera más directa y desnuda. Destacando, por su capacidad de impacto y de permeabilización, las tecnologías audiovisuales. Su influencia sobre los más jóvenes es a veces mayor que la del grupo de iguales o de los adultos significativos.

Las empresas líderes en el sector audiovisual, conocedoras de esta realidad, ajustan su oferta a la demanda social, estudian los intereses, formulan propuestas que venden y distribuyen en función de la oportunidad económica.

Esta afirmación se confirma tras la revisión realizada sobre la oferta de contenido erótico y sexual que se difunde a través de la televisión, el cine, el vídeo/DVD e Internet. Todos ellos elementos que integran la vida cotidiana de jóvenes y adultos, acompañan en los procesos de socialización, informando/formando o conformando las actitudes de niños y adolescentes en materia de sexualidad.

## Con relación a la televisión

Con la llegada de la televisión a España a finales de la década de los 50, cambiaron las costumbres dentro y fuera de los hogares, convirtiéndose, para el ciudadano medio, en la principal puerta de entrada de información de la realidad circundante y lejana y en uno de los vehículos para la renovación de hábitos y comportamientos.

Han pasado los años y con ellos han cambiado los contenidos que se emiten desde este medio, pero la televisión sigue teniendo un lugar tan privilegiado como al principio dentro de los hogares. Es más, ha ganado posiciones, y en casi todas las viviendas hay más de un televisor que se coloca en las habitaciones más frecuentadas.

Con el avance de la tecnología, la diversificación y ampliación permanente de la oferta televisiva, ver la tele en el 2003 podría considerarse como una afición nacional durante el tiempo libre para todos los grupos de edad.

A lo largo de estos años se han realizado numerosos estudios sobre los efectos de la TV en la vida cotidiana, sus bondades y sus riesgos. En la actualidad, después de mucha controversia, se ha aceptado la idea generalizada de que es un medio muy influyente en la socialización del individuo.

El 31,4% de los jóvenes de 15 a 29 años declaran que en su tiempo libre lo que más les gusta hacer dentro de casa es ver la televisión, especialmente a las franjas de 15 a 19 años (32,4%) y de 20-24 años con un 31,7%. *INJUVE (2000a)*

Las películas de cine y las teleseries son los espacios más vistos de la programación de televisión siendo muy variado el interés por franjas de edad. Les sigue ya con diferencia los programas culturales. (ver tabla 1)

**Tabla 1**

	Películas, cine	Teleseries, telecomedias	Formativos, educativos y culturales
Total 15-29 años	27,8%	25%	9,6%
De 15 a 19 años	21,9%	39,8%	6,1%
De 20 a 24 años	29,8%	21,9%	9,0%
De 25 a 29 años	31,5%	13,8%	13,8%

Fuente: INJUVE, Informe Juventud España 2000

Según los datos de la tabla se puede ver que las preferencias de los más jóvenes están más acentuadas en las teleseries y la de los más mayores en las películas.

En otro estudio del INJUVE y FAD 2001, se analizan las preferencias en medios y contenidos de los jóvenes de 14 a 24 de la Comunidad de Madrid. Para el subgrupo de edad 14 a 16 años el campo fundamental de interés son las teleseries que ordenan en tres grandes grupos. En primer lugar las, "series estudiantiles y de cotilleo" (Al salir de clase", "Compañeros", "Tómbola"), en segundo, programas como "Los Simpson", "El informal", etc. y, en tercer lugar, las series "7 vidas", "Ally McBeal" y "Periodistas".

Para el subgrupo de edad 17 a 19 años el interés se centra también en las teleseries y las ordenan de la misma manera que el grupo anterior introduciendo una novedad en la segunda elección, en este caso, las series de "El comisario" y "Crónicas marcianas".

En general, en todos los programas señalados se trata con mayor o menor pudor y/o humor e, incluso crudeza, el tema de las relaciones humanas, el amor y el desamor, los celos, el deseo y el sexo, los conflictos de pareja, etc.

Según la investigación de la Asociación para la investigación de Medios de Comunicación AIMC (2002a), la media hora más vista de la televisión

está entre de 22:00 a las 22:30 para el 45% de los niños y niñas de 8 a 10 años. Esta franja horaria coincide con la emisión de teleseries y películas en la mayor parte de las cadenas televisivas.

Son datos al fin y al cabo de estudios distintos, con muestras, cuestionarios y años de realización diferentes, pero en todos se repite el interés de niños, adolescentes y jóvenes por las teleseries y los programas de cotilleo.

Las productoras conocedoras de los intereses de la población en materia de entretenimiento junto con las cadenas televisivas, a principio de cada temporada, ponen a prueba una serie nueva que sólo continuará si tiene la audiencia deseada. Lo mismo ocurre con los programas de cotilleo que, cuando arrancaron lo hicieron con semejante éxito, hasta el punto de temer por la subsistencia de la prensa amarilla escrita y que ahora, están compitiendo en todas las cadenas en distintas franjas horarias.

En las series, se hacen argumentos combinados de humor, solidaridad, amistad, celos, conflictos de pareja, ambición, competitividad y amor. Los temas asociados a la sexualidad (la infidelidad, el coito como pulsión, la orientación sexual, el temor al fracaso en el encuentro, etc.) son transversales de los personajes. Aunque no siempre aparezcan de manera clara los contenidos sexuales están y se captan en las actitudes de los protagonistas.

En los programas de cotilleo se airean las intimidades que algunos personajes populares venden. Se ensalzan, por la polémica que entrañan, todas aquellas noticias que tienen que ver con infidelidades, rupturas, presentación de nuevos amores, casamientos exóticos, hijos putativos y otros gustos singulares de carácter íntimo.

En ambos tipos de programa, se informa/forman a los niños y adolescentes televidentes, en actitudes y valores en torno a las relaciones humanas y la sexualidad. En el caso de las teleseries, los telespectadores pueden encontrar un hilo conductor

explicativo que les oriente a la hora de comprender la acción de los personajes. En el de los programas de cotilleo, resulta muy fácil asociar que para alcanzar la popularidad “los enredos con sexo” tienen el éxito económico asegurado.

En definitiva, la televisión, con sus contenidos, transmite explícita y subliminalmente valores, actitudes y habilidades de carácter sexual, desde un espacio central en los hogares y que, por regla general, ningún miembro de la familia elude.

### Con relación al cine

El cine es otro de los reclamos sociales de entretenimiento y es una actividad muy común entre los españoles. Es un ocio individual y compartido que abarca prácticamente todo el espectro etéreo.

Según las conclusiones de la investigación sobre los valores de los jóvenes españoles que la Fundación Santa María 2002 ha publicado, el asistir al cine en familia está dentro de las aficiones compartidas por padres e hijos junto con el deporte y la cultura en una media aproximada del 30%.

El cine no es sólo una afición familiar sino de grupo de iguales y es una actividad que gusta hacer en el tiempo libre fuera de casa a los chicos y chicas de 15 a 29 años, según los datos el Informe de Juventud en España 2000.INJUVE.

El cine gusta y, por tanto, el cine vende. Tanto es así, que la evolución de espectadores y recaudación de los últimos cinco años habla por sí misma. (ver tabla 2)

Tabla 2

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Recaudación en millones	359,36	429,80	495,86	536,33	616,42	625,90
Espectadores (millones)	107,1	119,8	131,3	135,3	146,8	140,71

Según la base de datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en el año 2002 se

estrenaron en España un total 567 películas, 430 extranjeras y 137 españolas. Si se siguen con rigor las calificaciones según edad, los adolescentes entre 12 y 18 años tienen la posibilidad de asistir al 37,91% (215) películas que comprenden las películas calificadas para todos los públicos 24,16% (137) y las “no recomendadas para menores de 7 años” 13,75% (78).

Es conocido por todos que uno de los reclamos para el éxito comercial de una película está en que haya escenas “eróticas y sexuales” con distinto grado de sutileza entre actores de reconocido prestigio. Escenas que recorren cualquier tipo de película al margen de su calificación por edad y que activan a los adolescentes en ese despertar de su sexualidad, idealizando a sus protagonistas e identificándose con ellos en los comportamientos que muestran.

En definitiva, los jóvenes aprenden sexualidad también en el cine y seguramente lo hagan sin que se contemple para su entrada en las salas de proyección las recomendaciones de edad para cada película. Pueden, por tanto, acceder al sexo al desnudo, al erotismo de la imagen, al goce del *voyeur*, a ese aprendizaje vicario que da la posibilidad de aprender imitando lo que ven.

Sin embargo, ahora, en una sociedad democrática en la que es posible debatir, hablar y aclarar, los adultos con menores a su cargo están enredados en la discusión de lo que se debe o no contar y en la edad de los chicos/as a la que hay que hacerlo. Es más, ante algunas películas de cine, cuando los padres y educadores se alarman, conscientes de la sobredosis de violencia y sexo que contienen, su salida más común es la del pataleo y el reclamo de más legislación que proteja a sus hijos/as de ciertas imágenes, al tiempo que persisten con su actitud de educadores pasivos y ajenos a que esos contextos informales cuenten de verdad a sus hijos o alumnos los secretos del sexo desprovistos de la educación afectiva necesaria.

El cine desde un principio ha sido un gran negocio

que sigue las leyes de la oferta y la demanda. Esto es patente para todas las productoras que invierten en la creación de un tipo de cine en función de las ganancias que pueda dar. Así que los actores, el argumento, el tipo de personajes, los desenlaces, efectos especiales, etc. se escogen y diseñan con esmero al gusto de la población destinataria, la consumidora al fin y al cabo. Ocurre con todos los géneros, porque cada uno de ellos tiene su población objetivo. Ese es el caso del cine pornográfico, que más allá de juicios de valor, está ahí y estará por los beneficios que deja su consumo por parte de un sector social que lo demanda.

Por ejemplo, si revisamos la base de datos del portal del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ([www.mcu.es](http://www.mcu.es)) y contabilizamos el número de películas (extranjeras y españolas) estrenadas en España desde el año 2000 hasta el 30 de junio de 2003 nos encontramos con que un número significativo de estrenos es de cine X (ver tabla 3).

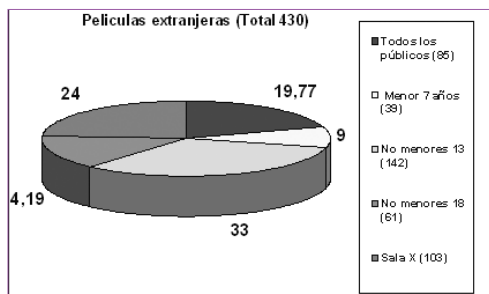
Tabla 3

	2000	2001	2002	2003
Total películas	520	506	567	32
Películas X	103	78	103	55

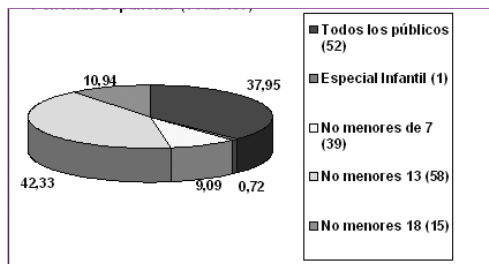
El porcentaje medio del 17,62% de los estrenos de cine X a lo largo de estos cuatro años confirma la fidelización de un público consumidor de este género, a pesar de que en los últimos años hay una disminución notable de salas comerciales de proyección específicas de cine X. Aunque esto no es un problema, porque esta producción tendrá su verdadera rentabilidad en el formato vídeo y/o DVD.

Si observamos el gráfico del total las películas estrenadas en el 2002, el 18,16% (103) son de contenido explícitamente pornográfico y el 13,4% (76) de los 567 estrenos no son recomendados para menores de 18 años, ya sea por su contenido erótico o violento (ver gráfico 4a y 4b).

**Gráfico 4a**  
LARGOMETRAJES CALIFICADOS EN 2002  
POR GRUPOS DE EDAD



**Gráfico 4b**



Fuente: [www.mcu.es](http://www.mcu.es), Boletín informativo, Distribución Calificación

Si en una grosera asociación se suman los porcentajes de películas estrenadas en el 2002 no aptas para menores de edad, nos encontramos ante un significativo porcentaje del 31,56%(179). Y, tampoco es menos importante, de forma cualitativamente distinta, la producción de películas calificadas como "no recomendadas para menores de 13 años", el 32,27% (200).

Si estas recomendaciones fueran efectivas, un/a adolescente de 12 años en el año 2002, no podría ver el 63,83% (379) de las películas por no ser aptas para él/ella. Sin embargo, no se puede negar que un joven de esa edad o similar no tiene mucha dificultad para asistir a las proyecciones no aptas para menores de 18 años (32,27%). Es evidente que su entrada a las salas comerciales de proyección de cine pornográfico no es fácil, pero sí que pueden tener más accesibilidad cuando estas películas se distribuyen en formato vídeo.

La producción audiovisual no cinematográfica no es más que una continuación de la explotación comercial de las películas una vez que salen de las salas de comerciales de proyección, los cines, para seguir al siguiente paso de rentabilidad, el alquiler, hasta llegar a la venta de la película como último escalón de su rendimiento económico.

### Con relación al vídeo

El vídeo y ahora, el reproductor de DVD, es junto con la televisión un electrodoméstico integrado en casi todos los hogares españoles. Su fácil manejo y su accesible ubicación en la vivienda hace de este aparato uno de los más sencillos de utilizar para los más pequeños de la familia.

Las productoras y distribuidoras de vídeos tienen el éxito garantizado. Hace una década hacerse con una videoteca doméstica solo era posible con la paciencia de quien grababa todo aquello que pudiera resultarle de interés. Hoy, sin embargo, se compran a buenos precios colecciones del cine de cualquier género en formato vídeo y DVD en el kiosco más próximo.

Llegamos aquí a un punto sumamente escabroso, porque en este caso no hay cortapisas para el que alquila o compra ni para el que vende o alquila y las calificaciones de las películas por edad son meras recomendaciones de letra pequeña.

Tampoco existe ningún mecanismo de protección dentro del aparato que discrimine quién lo utiliza y qué película inserta como es el caso de los navegadores de Internet que cuentan con la posibilidad de incluir sistemas de protección que impiden que menores entren en ciertas páginas de adultos.

Por lo tanto, serán los adultos los únicos que pueden poner algún freno a la visualización de contenidos no aptos. Los padres y madres pueden consolidar una progresiva videoteca de interés para la familia y para los hijos, un modo de entretenimiento y de aprendizaje. Esto es sencillo a edades tempranas, cuando los progenitores dirigen los contenidos de los vídeos y/o DVDs de alquiler o com-

pra, pero se hace más difícil a medida que los hijos/as crecen y ganan en autonomía. Así que el control esencial del uso de esta máquina se encuentra en los adultos y en las recomendaciones y pautas que los padres y madres puedan dar a los hijos atendiendo a su edad. Dicho esto, es interesante ver qué películas y qué géneros están disponibles para el alquiler y/o venta en el mercado.

Las cifras que el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte arroja sobre las películas y obras audiovisuales de no explotación cinematográfica, es decir, vídeos y/o DVDs desde el año 2000 hasta el 30 de junio de 2003 por grupos de edad son de sumo interés. (ver tabla 5)

En la tabla 5 los números se refieren a películas y a títulos, y a los ejemplares distribuidos de cada título. Si observamos las copias de las películas comprobamos que en el año 2002 se hicieron 28.367.753 copias.

Tabla 5

	2000	2001	2002	2003*
Todos los públicos	-	-	1.653 (44%)	785 (39%)
Películas X	-	-	1.079 (28,7%)	658 (32,69%)
No recomendadas menores de 18 años	-	-	314 (8,3%)	150 (7,45%)
No recomendadas menores de 13 años	-	-	437 (11,6%)	275 (13,66%)
No recomendadas menores de 7 años	-	-	272 (7,2%)	139 (6,91%)
E. R. Infancia	-	-	6 (0,2%)	6 (0,30%)
TOTAL	3.859	3.280	3.761	2.013

\* Son datos parciales, los relativos al primer semestre de 2003

Si comparamos los datos de producción de películas de vídeo/DVD con los del apartado anterior centrado en el cine proyectado en salas comerciales, nos encontramos aquí que la producción de películas se realiza atendiendo al contexto de visualización, el hogar. Así que en el 2002 el porcentaje de películas para todos los públicos, es decir, de consumo familiar, es muy alto (44%),



casi la mitad de la producción total. Este porcentaje va en detrimento de las películas no recomendadas para menores de 18 años (8,3%), de 13 años (11,6%) y de 7 años (7,2%).

También llama la atención que la producción de películas de carácter pornográfico supone un porcentaje muy significativo tanto en el año 2002 como en el primer semestre del 2003 y ocupa el segundo lugar de producción y distribución sobre el total de vídeos/DVDs. Aunque el etiquetaje de estas cintas es para mayores de edad, la accesibilidad de los niños, adolescentes y jóvenes es notablemente mayor.

Es evidente, que las películas X son un producto de consumo muy demandado, tanto es así que si nos fijamos en las 25 empresas videográficas con mayor número de títulos comercializados, comprobamos que 7 (28%) son de películas X, en este ranking, estas empresas se encuentran dentro de las 15 primeras ([www.mcu.es](http://www.mcu.es) y [www.ficeb.com](http://www.ficeb.com)). Además, no debemos olvidar que estamos hablando del mercado de vídeo X instaurado en el marco de la legalidad y que carecemos de datos numéricos de la producción ilegal que muy probablemente incrementaría las cifras.

El sexo forma parte del mercado cinematográfico y videográfico que genera grandes beneficios. El contenido sexual interesa a muchos inversores y empresarios porque supone un objeto de inversión económica muy rentable. Y si valoramos esto sin acritud, ahí está, cada individuo decide qué le apeetece ver en cada momento.

Ahora bien, los adolescentes y jóvenes tienen acceso a estos vídeos y/o DVDs, más allá de las consideraciones de los adultos al respecto. Sería ingenuo pensar que no han visualizado ninguna película de estas características en algún momento y en este artículo no se pretende entrar a juzgarlo. Pero lo que sí se debe es reflexionar con urgencia sobre la necesidad de un papel activo de los adultos y apelar a la responsabilidad ciudadana

en una educación sexual, porque no es lo mismo que un adolescente tropiece con este tipo de cine con una mínima preparación que sin ella. No se puede dejar que el impacto visual de estas cintas tenga más valor que las orientaciones de un adulto significativo.

En esta línea y sin utilizar la pornografía como medio visual de enseñanza sino aprovechando la carga erótica, sexual y afectiva que tiene el resto de la filmografía existente en el mercado, C. Gurpegui, (2001) ha elaborado un interesante monográfico de Educación Sexual.

El gran valor de esta obra radica en el aprovechamiento del mercado del cine y su utilización como herramienta educativa para el amplio abanico de contenidos que abarca la sexualidad. Gurpegui aborda el comportamiento y la motivación sexual humanos, pasa por una inmersión cuidadosa en la afectividad y sexualidad hasta llegar al apartado de salud y sexualidad incluyendo también en este bloque las conductas de riesgo y su prevención.

Este material está dirigido a adultos – educadores formales, no formales e informales. Da pistas de cómo abordar cada uno de los temas de interés y qué imágenes pueden ilustrarlos para que a su vez, en contextos formales o no, puedan abordarlo con los adolescentes. Para ello, hace referencia a películas muy distintas: “La gata en el tejado de zinc”, “Átame”, “Los amantes del círculo polar”, “Malena”, “La lengua de las mariposas”, “Vírgenes suicidas”, “Nueve semanas y media”, “Lucía y el sexo”, “Jamón, jamón”, etc.

Este documento es un ejemplo de reconducción de un material que educa sin orientación en un contexto informal y que puede ser reutilizado con un potencial educativo extraordinario cuando es tutorizado pedagógicamente. Sin embargo, llegar a este punto no es fácil porque implica que el adulto encargado de utilizarlo cuenta con una preparación en Educación Sexual previa que ha mitigado los prejuicios y temores en torno a la sexualidad que cualquier persona tiene.



Los adultos nos inhibimos a la hora de abordar todo lo asociado con la sexualidad salvo la prevención de riesgos, porque nos topamos con nuestros conflictos y analfabetismo afectivo-sexual cayendo en una inercia pasiva que deja hacer al entorno lo que nosotros tendríamos que asumir.

Existen otras experiencias similares, como la de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción FAD, que utiliza el cine como herramienta para la formación en actitudes, valores, habilidades sociales que favorecen el fortalecimiento psicosocial de los sujetos previniendo así conductas de riesgo como es el consumo de drogas. El primer programa se inició en 1996 con el programa "Cine y Educación en Valores" y en los últimos años se ha ido ampliando con otros como "Cine y compromiso social", "Cine donde no hay cine", "Estamos de cine en clase", etc., confirmando el uso de las películas de cine en distintos soportes como una herramienta pedagógica de éxito por su buena acogida entre alumnos/as de 6 a 18 años.

### Con relación a internet

El ordenador con Internet es, junto con el cine, la tele, el vídeo y el reproductor de DVD, otro de los protagonistas de muchos hogares. Internet es un recurso que para algunos supone un nuevo proceso de alfabetización y, para otros, los más pequeños, un elemento más de socialización al que se aproximan sin la reticencia adulta.

Este nuevo espacio de socialización puede tener enormes ventajas. Permite la conexión de personas de distintas culturas en un ágora común, el ciberespacio. Los acontecimientos positivos o desgraciados corren por la red casi al instante de producirse siendo una fuente permanente de noticias; no solo para las empresas especializadas sino también para el internauta que las cuenta con voz propia. Internet supone un espaldarazo a las fuentes documentales de distintas disciplinas. La tecnología conecta a profesionales de cada materia en un intercambio que permite avanzar más rápido.

A las ventajas también hay que sumarle los inconvenientes que pueden venir determinados por el tipo de relación que el sujeto mantenga con la red y que sin pretender demonizarlos están ahí.

La socialización virtual puede ser una ventaja para las personas solas y aisladas pero puede ser un gran inconveniente si su soledad está causada por una falta de habilidades sociales o una fobia social, que en el espacio virtual podría mitigarse pero que se socava progresivamente en el contexto social habitual.

Vemos que Internet es una red de redes en la que cualquier persona que entre y busque podrá encontrar aquello que necesite, con una clara ventaja con respecto a otros medios, el anonimato. Esta circunstancia abre una puerta que en ocasiones da rienda suelta a la búsqueda de las más íntimas curiosidades, incluidas las sexuales. Internet puede ayudar a desinhibirse y a expresar con libertad inquietudes y preocupaciones que pueden superarse al compartirse con otros. Esa desinhibición "secreta y oculta" también puede dar rienda suelta a los aspectos más perversos de uno mismo.

Internet también es una herramienta que podría separar a adultos de adolescentes, porque los segundos son más ágiles en su utilización, ellos navegan con la audacia de un surfista en comparación con un importante número de adultos que en estas cuitas están aún aprendiendo a nadar.

La AIMC (<http://aimc.es>) viene haciendo un seguimiento de la Audiencia en Internet en España desde 1996. El informe de la última Encuesta General de Medios EGM Abril/Mayo de 2003 arroja la siguiente información:

En la actualidad hay 9.652.000 usuarios españoles de Internet, casi el triple que en abril/mayo de 2000 (3.942.000). El 58,5% de los usuarios son varones y el 41,5% mujeres y se distribuyen por edad: (ver tabla 6) El status social (ver tabla 7).

Tabla 6

De 14 a 19	De 20 a 24	De 25 a 34	De 35 a 44	De 45 a 54	De 55 a 64	De 65 y más
18,6%	18,4%	29,1%	18,8%	10,9%	-	-

Tabla 7

Alta	Media alta	Media -media	Media baja	Baja
17,3%	22,6%	43,5%	15,2%	-

El 62,4% se conecta desde casa, el 30,7 en el trabajo, el 17,4% desde otros lugares y el 16,2% desde la Universidad o en el Centro de Estudios. De los encuestados, el 51% dice haber navegado el día anterior, 34,5% señala que hace 2 ó 7 días de su última conexión y el 14,4% no lo ha hecho desde hace 8 días a un mes.

Los servicios más utilizados en el último mes son: los "world wide web" (www) por el 93,5%, el correo electrónico 82,9%, transferencia de ficheros el 29,9%, chats/IRC el 27,5%, otros usos el 15,5% y grupos de discusión el 6,9%.

Internet, en comparación con la TV o el cine, implica una interacción que hace que un sujeto pase de ser un receptor pasivo de información a un miembro activo en la búsqueda de la misma. La retroalimentación del interés que Internet provoca crece progresivamente fruto de la interacción con otras personas que se encuentran en la red.

La conquista humana del espacio virtual como un nuevo territorio social es un indudable avance, pero como en todo nuevo continente, los cimientos del orden aún se están poniendo. Todavía es una tierra sin ley en lo relativo al tráfico de información y de interacciones.

La ley de la oferta y la demanda está y los servicios en Internet modelan sus ofertas siguiendo este juego. Hay un potente negocio en el ciberespacio, las empresas de servicios virtuales están a la cabeza y la voracidad del mercado exige una competencia y renovación que no todas pueden sostener.

La industria del sexo ocupa uno de los primeros lugares en dominios y espacios, así como en tecnología software para su difusión. Es una de las áreas temáticas con más beneficios económicos del ciberespacio. Tanto es así que si ahora hacemos un experimento y entramos en un buscador como puede ser *Google.com* solicitando sitios web con diferentes palabras de interés general nos encontraremos que los espacios relacionados con el sexo son los que ocupan de los primeros lugares. (ver tabla 8).

Tabla 8

	Español		Inglés	
3	Sexo	6.430.000	Sex	118.000.000
4	Salud	880.000	Health	108.000.000
5	Arte	9.100.000	Art	93.900.000
6	Juegos	4.810.000	Games	78.800.000
7	Amor	4.950.000	Love	70.300.000
8	Dinero	2.300.000	Money	60.000.000
9	Dios	122.000	God	42.800.000
10	Amistad	845.000	Friendly	26.500.000
11	Economía	3.340.000	Economy	18.400.000
12	Vacaciones	801.000	Holidays	9.970.000
13	Pornografía	288.000	Pornography	2.230.000
14	Solidaridad	756.000	Solidarity	1.410.000
15	Educación	755.000	Education	1.480.000

Fuente: [www.google.com](http://www.google.com)

Una vez más, también en este entorno el sexo ocupa un lugar importante: buscadores, páginas, chats eróticos que informan, forman y conforman en esta ocasión una nueva forma de iniciación sexual para jóvenes y adultos a pesar de los sistemas de protección existentes en algunas webs que impiden la entrada a menores. No obstante, aunque estos mecanismos existan hay muchos espacios gratuitos a los que acceder y una gran facilidad para intercambiar archivos de carácter erótico y pornográfico.

Es más, el ciberespacio ya permite encuentros sexuales virtuales a través de las videocámaras domésticas conectadas al ordenador personal. Es una nueva fórmula entre internautas que supera con creces, por ser gratuita, al modelo ya habitual del cliente que previo pago recibe imágenes de sexo en directo.

Esa realidad está ahí pero no es algo que pueda generalizarse y atribuirse a cualquier usuario de Internet por el hecho de serlo. Sin embargo, este juego o práctica elegida libremente por algunos adultos trasciende al mundo infantil y adolescente. No se puede perder de vista que hay usuarios sin escrúpulos que en entornos de chats juveniles, buscan y captan a jóvenes e ingenuos navegantes que, atraídos por la curiosidad, entran en círculos de pedófilos. (Cada día son más las asociaciones virtuales que luchan contra esto. Por ej. [www.inho-pe.org](http://www.inho-pe.org) o [www.protegeles.com](http://www.protegeles.com) )

Además, hoy los niños y adolescentes españoles de entre 8 y 13 años han conseguido sobrepasar el acceso a Internet frente a los adultos según señala otra investigación de AIMC (2002b).

En este estudio se destaca que en 1998 los usuarios de esta franja de edad no superaba el 1,8%, en el 2002 había un 25,3% de usuarios de Internet subdivididos en el 15,8% de los usuarios corresponde al tramo de 8-10 años y el 34,3% al de 11-13 años. El lugar desde el que suelen acceder a Internet es el hogar y en el momento de la publicación del estudio ya suponían la cuarta parte de la población juvenil que maneja Internet.

Según la Encuesta General de Medios EGM de abril /mayo del 2003 de AIMC, el 37% de usuarios de Internet tiene una edad comprendida entre los 14 y 24 años, etapa vital de maduración social y afectiva que da la entrada a la vida adulta. Estos jóvenes se socializan, además de con su entorno próximo, con Internet y los adultos deben acompañarles en ese nuevo ámbito social por muy virtual que pueda parecer y están obligados a salvar la brecha digital que les separa de las tecnologías y con ellas, de los nuevos lugares de socialización de sus hijos y/o alumnos.

### En resumen

Hemos empezado hablando de la complejidad de la Educación Sexual en una cultura con valores tan contradictorios y terminamos diciendo que los

adultos también deben formarse en nuevas tecnologías. Puede resultar confuso. Sin embargo, no deja de ser cierto que si los adultos, bloqueados por sus propios temores, no se acercan más a esos contextos de socialización y subestiman los conocimientos que otros medios están ofertando en sexualidad, podría parecer que en las últimas décadas no se ha avanzado en la responsabilidad de quién y cómo educar en esta materia.

Pero no es cierto, se ha avanzado mucho y muy positivamente. Se ha hecho explícita la necesidad de la Educación Sexual, se han movilizadas las instituciones, se han elaborado programas informativos/formativos y campañas de sensibilización.

Hace unas décadas en un contexto social de represión, la formación en sexualidad era nula y la mayoría de hombres y mujeres se iniciaban en el sexo sin conocimiento alguno. Los varones dieron sus primeros pasos como pudieron; unos, ayudados por el cine o la oscuridad del mismo; otros, por alguna persona del entorno y, algunos otros, pasaron por un burdel a modo de rito iniciático. No fue así la historia para la mujer, que tuvo que avanzar bastante el siglo XX para que descubriera plenamente su sexualidad.

Lo cierto es que en gran parte del siglo XX, las voces educativas en este terreno han sido a veces confusas. En un periodo porque no era decoroso, en otro, porque más que hablarlo había que vivirlo, después, progresivamente se ha ido normalizando en todos los contextos, clases sociales y géneros. Sin embargo, hay algo común a todas estas etapas, un conflicto todavía sin resolver que se pone de manifiesto muy sintomáticamente cuando surge un enfrentamiento exacerbado entre dos polos de la sociedad adulta ante alguna medida, que alguna administración pública toma, concerniente a la prevención de enfermedades de transmisión sexual o de los embarazos no deseados en adolescentes.

Ante estas circunstancias, los medios informales son los que principalmente educan a niños, adolescentes y jóvenes en sexualidad. Los medios

audiovisuales con esa capacidad de impacto emocional que tienen llegan a ellos con más fuerza que un adulto encorsetado por las dudas sobre los límites de lo que debe contarle al adolescente para no adelantarse a su edad.

Así que la TV, el cine en todos sus soportes, Internet y algunas publicaciones son ese cristal transparente al que los jóvenes pueden acudir, donde no van a ver sino el reflejo del otro lado humano, el que da rienda suelta a toda fantasía sin límite alguno, el del placer como medio y como meta, la libido por la libido, en donde el amor, el afecto, la lealtad y el compromiso resultan meras banalidades ante lo verdaderamente real, la pulsión del goce.

Los adolescentes, espectadores de este otro lado, construyen su discurso sobre los adultos y la sexualidad, y no nos debe causar extrañeza cuando nos etiquetan de hipócritas porque están asistiendo probablemente con perplejidad al histórico espectáculo de la doble moral.

Son ocasiones como éstas, las que ponen de manifiesto el grado de madurez de una sociedad que, a pesar de arrastrar lastres en materia de sexualidad, debe afanarse con urgencia en saber más y mejor y dejar de balancearse entre dos polos. Uno, el baluarte de una férrea moral que, por muy firme que sea se debilita ante la explosión de la naturaleza en la pubertad; y, el otro, el de ese dejar hacer mientras se pongan los “medios”, considerando que los adolescentes de hoy lo saben todo y sólo tienen que aprender a protegerse. Posiciones enfrentadas y descalificadoras unas de otras pero que en conjunto paralizan esa madurez social que cualquier pueblo debe perseguir y provocan bloqueos distintos a los de la época de la dictadura pero bloqueos al fin y al cabo.

Mientras tanto, el mercado del sexo sigue al alza y se lleva el gato al agua. Tiene el campo abonado para los clientes potenciales de las nuevas generaciones. Se adaptará a sus necesidades y diseñará una oferta ad-hoc que satisfaga lo suficiente como para fidelizar el consumo.

#### BIBLIOGRAFÍA REVISADA

- AIMC Asociación para la investigación de Medios de Comunicación (2003) *“Encuesta General de Medios. Audiencia en Internet. Abril/Mayo 2003”* Madrid. AIMC
- AIMC (2002) *“La relación de los niños españoles y los medios de comunicación”* Madrid. AIMC
- ANESVAD (2002) *“Informe sobre la pornografía infantil en Internet”*. Madrid. ANESVAD
- F.E.S.S. (2003) *“Estudio sobre hábitos sexuales reales de los españoles”*. Madrid. Ed. F.E.S.S. y Millward Brown
- Gurpegui, C. (2001) *“Cuadernos de Cine y Salud IV. Educación sexual”* Zaragoza. Servicio Aragonés de Salud. Gobierno de Aragón promueve
- INJUVE (2002) *“Sondeo periódico de opinión y situación de la gente joven. Primer trimestre 2002”* Madrid. INJUVE
- INJUVE (2000). *“Informe Juventud en España 2000”*. Madrid INJUVE
- Klein N. (2002) *“No – logo”* Barcelona. Ed. Paidós
- Megías, E. (dir.) 2001 *“Valores sociales y drogas”* Madrid. FAD
- Pérez Alonso-Geta, P., Cánovas, P. (2002) *“Valores y pautas de interacción familiar en la adolescencia (13-18 años)”* Madrid. Fundación Santa María. SM
- Rivière, M. (1998) *“El segundo poder. Cincuenta y cuatro entrevistas sobre los grandes cambios del periodismo actual”* Madrid. El País Aguilar
- Rodríguez, E., Navarro, J., Megías, I. (2001) *“Jóvenes y medios de comunicación”* Madrid. INJUVE – FAD
- Trillas, J. (1993) *“La educación fuera de la escuela. Ámbitos no formales y educación social”*. Barcelona. Ariel

#### PÁGINAS WEB REVISADAS

- [www.aimc.es](http://www.aimc.es)  
Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación
- [www.inhope.org](http://www.inhope.org)  
The Association of Internet Hotline Providers in Europe
- [www.INJUVE.es](http://www.INJUVE.es)  
Instituto de la Juventud de España
- [www.anesvad.org](http://www.anesvad.org)  
Acción sanitaria y Desarrollo Social
- [www.ficeb.com](http://www.ficeb.com)  
Festival de Cine Erótico de Barcelona
- [www.mcu.es](http://www.mcu.es)  
Secretaría de Estado de Cultura. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
- [www.protegeles.com](http://www.protegeles.com)  
Página para la denuncia de pornografía infantil en Internet
- [www.sexomasters.com](http://www.sexomasters.com)  
Recursos para web masters X

**OTRAS CONSULTAS**

- Capdevilla. G. "Infancia: Llegó la hora de actuar contra el abuso sexual de niños" [en línea] Inter Press Service. News Agency, 13 diciembre de 2001 <http://dominio.ips.org/ips/esp.nsf/vvwebmain-view/6B6EFA13A0ABFD8A256AA8A55DBB25/?opendocument> [consulta: 1 sept. 2003]
- "Combatir la pornografía infantil por Internet" [en línea] El universal.com. 31 de agosto de 1996 <http://el-universal.com/1996/08/31/M31SEX.html>[consulta: 1 de sept. 2003]
- Congreso Mundial contra la explotación de menores/1.1996. Estocolomo [en línea] <http://www.pedofilia-no.org/congreso.htm> [consulta: 1 sept. 2003]
- Crisci J.V., Lanteri A.A. "La paradoja del sexo" [en línea] <http://www.cape1.net/la.html>[consulta: 1 sept 2003]
- Derrezas- "Cibersexo y ponocracia" [en línea]<http://www.cholonautas.edu.pe/pdef/cibersexo%4%pornocracia.pdf>[consulta: 1 sept. 2003]
- Excitaciones en el Bachillerato [en línea]. Madrid. Instituto de sexología.< [http://www.sexologiaysociedad.com/ SUBWEBPROFESIONALES/excitaciones\\_en\\_el\\_bachillerato.htm](http://www.sexologiaysociedad.com/ SUBWEBPROFESIONALES/excitaciones_en_el_bachillerato.htm)>[consulta: 1 sept. 2003]
- Garrido, P. "El mercado del sexo gay en Chile" OPUSGAY [en línea] <http://www.opusgay.d/1264/article-2722/html> [consulta: 1 sept. 2003]
- Manzanera J.J. "Potencialidad del mercado Internet" [en línea].<http://www.paginas.net/articulos/potencialidad.doc>[consulta: 1 sept. 2003]
- Mujika, I. "Patología del sexo en el nuevo milenio" [en línea]. Norte de Salud Mental. Vol. IV,nº 15(oct.2002)< <http://www.ome.cien.org/norte/norte/is/n15029033.pdf>> [consulta: 1 sept.2003]
- Navarro-Vals, R. "Violencia sexual y cultura [en línea]<http://www.conoze.com/doc.php?doc=823>[consulta:2 sept. 2003]
- Oficina del alto Comisionado para los derechos humanos "Protocolo facultativo de la Convención sobre los Derechos del niño relativo a la venta de niños, la prostitución infantil y la utilización de niños en la pornografía"[Ginebra]OHCHR,2000.<[http://www.Unhchr.ch/spanish/html/menu2/dopchild\\_spanish/html/menu2/dopchild\\_sp.htm](http://www.Unhchr.ch/spanish/html/menu2/dopchild_spanish/html/menu2/dopchild_sp.htm)>
- Tamayo G., Ginebra E. "Esclavitud y tráfico de seres humanos"[en línea] ALAI, América Latina en Movimiento, 13 de junio de 2003" <<http://alainet.org/active/show-text.php3?.key=1283>>[consulta: 2 sept. 2003]
- Vázquez, c. "Niños Grandes: El desarrollo sexual precoz no va acompañado de madurez intelectual" [en línea] El mundo.la revista nº 101.< <http://www.el-mundo.es/larevista/ num101/textos/sexo.html>> [consulta: 1 sept. 2003]

