

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
ELABORACIÓN DE UN PERIÓDICO EDUCOMUNICATIVO DE
EDUCACIÓN SEXUAL**

**AUTOR:
TOMÁS ANDRÉS PILCO VILLA**

**TUTOR:
MAURO ALONSO RUIZ VINUEZA**

Quito, Agosto del 2016

Cesión de derechos de autor

Yo Tomás Andrés Pilco Villa, con documento de identificación N° 1717874810, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy/somos autor/es del trabajo de grado/titulación intitulado: "Elaboración de un periódico educomunicativo de educación sexual", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor/es me/nos reservo/reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Tomás Pilco

Cédula: 1717874810

Fecha: 09 Agosto 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación (Elaboración de un periódico educomunicativo de educación sexual) realizado por (Tomás Andrés Pilco Villa), obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, Agosto 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'MAURO', is written over a circular stamp or seal that is mostly obscured by the ink.

Mauro Alonso Ruiz Vinueza

CI: 1708071046

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a mi familia, de forma especial a mis padres; Manuel Pilco y Clemencia Villa y mi hermana Sofía Pilco, por todo el esfuerzo, dedicación y apoyo que siempre me brindaron, A mi pareja y pilar fundamental Denisse Andrade y mi hijo Leonel Pilco, quiénes con su amor, comprensión y apoyo supieron darme en todo momento. A Dios por ser la guía y fortaleza en todo momento.

Agradecimiento

Agradezco de todo corazón a las personas que de una u otra manera colaboraron para que este trabajo llegue a su término, de forma especial al docente Mauro Ruiz quien desde un inicio mostró un apoyo incondicional para la realización del presente trabajo.

Índice

Introducción	1
1.1 Comunicación.....	2
1.2 Educación	3
1.3 La Educomunicación	5
1.4 El Periódico	7
1.4.1 Descripción de un periódico	8
1.5 Entendiendo la Sexualidad:	9
1.5.1 Sexualidad.....	9
1.5.2 Educación sexual	10
1.5.3 Diferencia entre: Sexo, relaciones sexuales y sexualidad.....	11
Metodología	13
2.1 Análisis	14
2.2 Pre-prensa	16
2.2.1 Grupo objetivo	17
2.2.2 Lenguaje - Narrativa	18
2.2.3 Contenido del Periódico.....	19
2.3 Prensa	19
2.4 Post-prensa	22
2.5 Estudio de factibilidad.....	24
Resultados	26
Conclusiones	27
Referencias.....	28

Índice de tablas

Tabla 1. Presupuesto periódico Hablemos Claro	22
Tabla 2. Cronograma del periódico.....	23
Tabla 3. Promoción del periódico	23

Resumen

En la actualidad nuestro entorno gira alrededor de la información, cómo se genera y de qué manera se la percibe. El tema de la sexualidad es importante, sin embargo existe poca comunicación y fluidez cuando se hablan de estos contenidos, por ejemplo en el núcleo familiar resulta difícil a los padres conversar de estos temas con sus hijos. Una de las razones puede ser que en su infancia nadie les haya aclarado sus dudas e inquietudes, replicando esta situación son sus hijos, otra de las razones es por la poca información o capacitación que los padres puedan tener.

Es esencial contar con una buena información acerca del tema, ya que en la etapa de la niñez y adolescencia, el ser humano sufre numerosos cambios tanto físicos como psicológicos, siendo una etapa donde los jóvenes son propensos a adquirir información equivocada o de fuentes poco confiables. En muchos de los casos, los chicos que se encuentran en este proceso tienen una infinidad de dudas que no pueden ser resueltas ya sea por falta de comunicación en el entorno familiar o por adquirir una información errada.

Ante esta realidad, se vio la necesidad de crear un periódico sobre educación sexual, con el fin de que exista una buena capacitación sobre la temática, para que tanto padres como los adolescentes puedan estar bien informados.

Palabras clave: Comunicación, educación, educomunicación, sexualidad, periódico.

Abstract

At present, our environment turns about the information, since it is generated and of what way she is perceived. The topic of the sexuality in the familiar core is important, nevertheless few communication and fluency exists when they speak each other of these contents, for what it turns out to be difficult to the parents to converse of these topics with his children. One of the reasons can be that in his infancy nobody has clarified his doubts and worries in appropriate form, repeating this situation with his children.

It is basic to possess a good information brings over of the topic, since in this stage; the human being suffers numerous both physical and psychological changes in a transition of the childhood to the adolescence. In much of the cases, the boys who are in this process have infinity of doubts that cannot be solved already be for lack of confidence in the familiar core or for the content that they investigate in channels that do not offer guessed right information. For this reason one saw the need to create the newspaper on sexual education, which possesses an information that appears chord at the level of learning of the young persons, in order to avoid confusion.

Before this reality, one saw the need to create a newspaper on sexual education, in order which a good training exists on the subject matter, in order that both parents and the teenagers could be informed well.

Keywords: Communication, education, educommunication, sexuality, newspaper

Introducción

La sexualidad es un tema de interés palpitante, ya que en la actualidad, varios jóvenes inician su vida sexual a edades tempranas, en la mayoría de los casos sin usar algún método de prevención ignorando los riesgos a los que están expuestos al llevar una sexualidad sin cuidados.

Esta realidad se evidencia no solo a nivel local, sino a nivel global, ya que si bien es cierto que los jóvenes puedan estar físicamente preparados para iniciar con su vida sexual, no es menos cierto que intelectualmente no están bien preparados, ya que al no tener buenas bases acerca del tema, las decisiones que toman son incitadas por el impulso o la curiosidad más no a conciencia.

Es por esta razón que luego de haber tomado como referencia un análisis previo del ENIPLA, con jóvenes de 12 a 14 años, se evidencio que los adolescentes en su gran mayoría desconocen sobre ciertos contenidos de sexualidad, lo que produce en ellos un conocimiento limitado.

Adicional a este análisis, se suman datos estadísticos y porcentajes recogidos de algunas notas informativas de periódicos como: Diario Hoy, El Universo, que denota un alto índice de embarazos en adolescentes.

Es por esta razón que se vio la necesidad de crear un periódico educomunicativo con la finalidad de brindar una información verídica, científica y justificada sobre esta temática, basada en textos y planteamientos propuestos por el ENIPLA, para que de esta manera los padres se capaciten y puedan obtener un vasto conocimiento que les permita ser una guía para sus hijos.

1.1 Comunicación

La comunicación es uno de los pilares fundamentales en las relaciones entre las personas, sin embargo va más allá de un simple dialogo, pues es un proceso interactivo de intercambio de información que tiene que ser entendida, comprendida para que exista una retroalimentación. Ya sea una comunicación oral, escrita u otra, podemos transmitir y compartir conocimientos, conceptos, ideas, emociones, etc.

La comunicación ha sido entendida únicamente como un modelo de transmisor de conocimientos para ser memorizados, siendo el típico modelo escolar, ubicando a los individuos como objetos de recepción de informaciones. Es evidente que este modo clásico de comunicación es unidireccional que se encuentra implantado en la sociedad y en los diferentes ámbitos de las personas.

Como menciona Rosa María Alfaro (1993):

Lo comunicativo es el reconocimiento de la existencia de actores que se relacionan entre sí dinámicamente, a través de medios o no, donde existe un UNO y otro, o varios OTROS, con quienes cada sujeto individual o colectivo establece interacciones objetivas y principalmente subjetivas (p. 27).

Es así que la comunicación se extiende a diferentes ámbitos, en los que se reconoce al otro como actor, rompiendo el concepto lineal del proceso comunicativo y transformándolo en un proceso horizontal, donde se pretende, que los individuos intervengan de una forma más activa en el desarrollo de las sociedades. Esto se puede lograr a través de una comunicación ligada con la educación, transformando

de un simple proceso de transmisión de conocimientos a métodos que faciliten la participación de los individuos.

Queda en evidencia la escasa práctica comunicativa y esto se debe al sistema impartido en las escuelas, hogares y otros ambientes en el que se relacionan las personas, que no han permitido a los jóvenes crear espacios de participación, donde puedan adquirir nuevos conocimientos, lo que conlleva a una mejor enseñanza.

En conclusión como señala Paulo Freire (1973): “La comunicación y la educación son una misma cosa, no puede existir una sin la otra”, ya que ambas promueven la obtención de nuevos saberes (pág. 33).

Concordando con lo expuesto por Freire, cabe señalar que educación y comunicación van de la mano, un acto educativo es, básicamente, un acto comunicativo. Hoy en día no se puede tomar a estos dos conceptos por separado, ya que son elementos educativos en un aprendizaje.

1.2 Educación

La educación es fundamental en el progreso de las personas, ya que ofrece oportunidades para desarrollarse intelectual y socialmente, además que ayuda a los individuos a relacionarse e insertarse en la sociedad. Sin educación, el comportamiento del ser humano se lo puede relacionar con el de un animal, basado en acciones por instinto antes que por raciocinio.

Desde que se nace y a lo largo de su existencia, el ser humano adquiere nuevos conocimientos, sin embargo se observa una desvalorización de la educación en la

actualidad, esto se evidencia especialmente en los jóvenes que en muchos de los casos no ven en la educación como un hecho fundamental en su vida sino más bien lo adoptan como una obligación.

Para hacer referencia de una nueva educación se debe tener en cuenta lo que menciona Freire (1973):

La comunicación no es la transferencia o transmisión de conocimientos de un sujeto a otro, sino su coparticipación en el acto de comprender la significación de los significados. Es una comunicación que se hace críticamente (p. 34).

Argumentando lo expuesto por Freire, el proceso de enseñanza - aprendizaje debe ser un proceso de retroalimentación, el cual, sea incluyente entre el emisor y receptor sin tener una jerarquización. Se busca una participación más activa con el fin de crear nuevos conocimientos, pero a la vez, crear una conciencia crítica sobre los mismos; para luego ser expuestos a otras personas.

La educación no se aprende solo en la escuela, ya que, éste es solo uno de los medios, la educación se instruye en la casa, con la familia, en la calle, al leer un periódico, con amigos, en medios de transporte y otros. Por lo tanto este es un proceso a largo plazo que dura toda la vida y que a su vez es constante.

Se considera a la familia como la base del ser humano por la enseñanza de buenas costumbres y comportamientos, es donde se le proporcionan virtudes y actitudes fundamentales para el bienestar y para ser aplicadas en la vida diaria.

1.3 La Educomunicación

En la actualidad no podemos hablar de comunicación y educación como dos conceptos diferentes ya que van de la mano y están relacionados, un acto educativo es básicamente, un acto comunicativo.

Es un concepto en construcción, influenciado por el continuo proceso de cambio social e innovación tecnológica.

En 1979, la UNESCO concluye que la Educomunicación todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación (Aire Comunicación, 2015, párr. 4)

Para Leonardo Ogaz (2012), el modelo educomunicativo propone: “educar para los medios y hacer un uso inteligente de estos en la educación, se trata por lo tanto de comunicar pedagógicamente y educar comunicativamente” (pág. 28). Esto se lograría cuando el individuo pueda comprender los mensajes provenientes de los medios y hace una lectura crítica de los mismos.

Tomando como referencia lo expuesto anteriormente, la educomunicación puede ser entendida como un proceso de educación para la comunicación, logrando que los

individuos sean productores de nuevos saberes, pensamientos por medio de la información que posean.

La educomunicación Según Leonardo Ogaz (2002) “Es una educación para la comprensión, evaluación, revisión de procesos comunicacionales y capacitación para el uso democrático y participativo de los recursos comunicacionales en la escuela por personas y grupos organizados de la sociedad” (pág. 28).

Coincidiendo con lo que plantea Leonardo Ogaz, la educomunicación es una propuesta alternativa, puesto que pretende mejorar la calidad cultural de las personas sobre los medios de comunicación al formar ciudadanos críticos y activos exigiendo un mejor producto.

Para Mario Kaplún (1983) “la Educomunicación, como una forma de utilizar recursos comunicativos para que, los destinatarios tomen conciencia de su realidad, para suscitar una reflexión, para generar una discusión” (p. 53). La comunicación se entiende así como un componente del proceso educativo, una modalidad de diálogo, una forma de relación estratégica que se establece entre la educación y la misma comunicación.

Se debe respaldar a un modelo educativo cuya base sea el proceso de enseñanza aprendizaje y la participación activa de los jóvenes, dejando de lado los antiguos planteamientos que se vienen impartiendo en las escuelas, en los que se los ve como objetos-receptores.

Es preciso crear emisores, que vayan más allá de una práctica de la comunicación en los medios, ya que las personas necesitan comunicarse, ejercitar la emisión y comunicarse entre sí, fomentando una comunicación incluyente y participativa.

1.4 El Periódico

El periódico es uno de los medios masivos que junto a la radio y televisión, se caracteriza porque se publica de forma periódica; puede ser de manera diaria, semanal, mensual, trimestral, etc. Su estructura le permite combinar elementos como la escritura a través de notas periodísticas (cuya finalidad es informar), acompañadas de fotografías, imágenes e ilustraciones para llamar la atención del lector.

Su principal función es la de informar, sin embargo además de informar, se puede evidenciar otros tópicos, los cuales se desarrollan en las distintas secciones que conforman un periódico como: opinión, entrevistas, entretenimiento, entre otras que por lo general siguen una ideología determinada.

La narrativa que se emplea en un periódico se basa en alguno de los géneros periodísticos según lo señala García López como: la noticia, la crónica, el reportaje, la entrevista, etc.

Su circulación es de forma impresa; el tamaño, cantidad de hojas, si es a color o a blanco y negro, depende de los lineamientos, público objetivo, tiraje y alcance del mismo.

“Las partes que conforman un periódico son: la plana, primera plana, cintillo, secciones, fecha, lema, logotipo, columnas, directorio, titular, fotografía, pie de fotos y orejas” (Calderón Castro, 2011, párr. 4).

El periódico busca captar la atención del lector. Un ejemplo de aquello se lo puede observar en la estructura de los titulares, pues su tamaño por lo general es colorido y

grande, en pocas palabras incitan al lector a leer más sobre cierta temática. Sin dejar de lado la importancia de una imagen o fotografía que ayuda a que el lector tenga una referencia visual del tema que está leyendo.

Por lo general las personas son visuales y al momento de plasmar esto en un lectura, podemos señalar que una imagen o ilustración hace más llamativa una noticia, por lo que debemos destacar la importancia del diseño editorial en la realización de un producto impreso, ya que este nos va a permitir tener claro del proceso de la elaboración del periódico, desde su creación hasta el diseño del mismo.

El diseño editorial es: “la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos” (Santa María, 2011, párr. 7).

Es así que se busca plasmar una cierta armonía entre el texto, diseño y la diagramación para obtener un producto que sea llamativo y que produzca cierto interés en el lector.

1.4.1 Descripción de un periódico

Un periódico es un espacio organizado que tiene cierta jerarquización, donde cada contenido, página tiene su nivel de importancia. Tomando como referencia lo expuesto, el espacio más importante es la primera plana.

Las páginas más importantes seguido de la primera plana son las de la derecha (paginas impares), puesto que al momento de abrir un periódico la vista siempre va

hacia el lado derecho, por tal razón la información y contenido en estas páginas es más importante, lo mismo sucede con la publicidad, puesto que tener un anuncio en páginas impares, tiene un costo más elevado a comparación que en las pares.

1.5 Entendiendo la Sexualidad:

1.5.1 Sexualidad

La sexualidad es una construcción del ser humano, la cual, se edifica y se vive durante toda la vida, desde cuando se nace hasta cuando se muere. Esta construcción que se va promoviendo a lo largo del proceso de desarrollo, siendo algo innato en todos los seres humanos (Bitrián Catalán, 2015).

Argumentando lo antes expuesto, la sexualidad no es más que un aspecto complejo de los seres humanos, en el cual se involucran aspectos biológicos, psicológicos y sociales en el que se incluye el cuerpo, emociones y las relaciones con los demás, permitiendo un conocimiento más profundo de cada persona.

La definición de sexualidad humana de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) 2015 se define como:

"Un aspecto central del ser humano, presente a lo largo de su vida. Abarca al sexo, las identidades y los papeles de género, el erotismo, el placer, la intimidad, la reproducción y la orientación sexual. La sexualidad puede incluir todas estas dimensiones, no obstante, no

todas ellas se vivencia o se expresan siempre” (Formación Integral, párr. 5).

Según la Constitución del Ecuador del 2008 en el artículo. 66, número 9 se menciona: “El derecho de tomar decisiones libres, informadas, voluntarias y responsables sobre su sexualidad, y su vida y orientación sexual. El Estado promoverá el acceso a los medios necesarios para que estas decisiones se den en condiciones seguras” (Gallardo, 2008, párr. 1).

La sexualidad no es más que la idea tanto de hombres como mujeres que tienen de sí mismos. Aquí se toman en cuenta las diferencias físicas que se muestran a lo largo de la vida del individuo; el deseo sexual y la atracción física.

1.5.2 Educación sexual

La educación sexual es el proceso mediante el cual se adquieren y transforman los conocimientos, las actitudes y los valores con relación a la sexualidad en todas sus dimensiones, aquí se incluyen: aspectos biológicos, reproductivos, de identidad, entre otros. Este asimismo es un derecho de todas las personas desde niños, jóvenes y público en general (Educación afectivo sexual, 2010, párr. 3).

Además, va más allá de transmitir conocimientos e información acerca de la sexualidad, pues no basta con enseñar las características biológicas de hombres y mujeres o los métodos anticonceptivos. La educación sexual brinda herramientas, instrumentos conceptuales, comunicativos y de valores, que permitan tomar buenas decisiones con relación a la sexualidad, estando ligadas a su realidad.

Generalmente se emplea la educación sexual, cuando se evidencia un conflicto como: embarazo adolescente, abuso sexual, enfermedades de transmisión sexual, trastornos de la identidad sexual, etc. Sin tomar en cuenta que debe ser una constante capacitación que permita a los jóvenes contar con bases que les permita tomar mejores decisiones en su cotidianidad.

Esto se debe posiblemente a un mal concepto de lo que es la sexualidad, ya que se tiene la concepción equivocada, pues se cree que la sexualidad corresponde solo al acto sexual tomándolo solo como una situación de placer.

Esto se evidencia claramente en el entorno social de los jóvenes, donde se produce cierta problemática con mensajes contradictorios: ya que por una parte incita a la búsqueda de placer, a la actividad sexual, pero evidencia problemas en la educación sexual ya sea en el entorno familiar o en la escuela.

Aquí radica la importancia de informar a niños y jóvenes sobre sexualidad, no solo para hacer frente a problemáticas como el embarazo adolescente, infecciones de transmisión sexual, entre otros, sino para garantizar una educación integral y de calidad para que ejerzan sus derechos sexuales y reproductivos.

1.5.3 Diferencia entre: Sexo, relaciones sexuales y sexualidad

Es importante tener claro que sexo, relaciones sexuales y sexualidad son tres conceptos distintos y que generalmente las personas confunden por falta de conocimiento.

Sexo: se refiere a los órganos genitales del hombre y la mujer, que se distinguen en sexo femenino y masculino. Tanto el cuerpo del hombre como el de la mujer son

diferentes, esto se evidencia en los órganos sexuales externos, porque ejemplo las mujeres tienen vagina, mientras los hombres tienen pene y testículos. Es así que en el momento del nacimiento de un ser humano, se pueden observar sus órganos sexuales externos, diferenciando un niño de una niña (ENIPLA, 2013).

Relaciones sexuales: hace referencia a una acción en concreto; el acto sexual, que es una de las tantas formas de vivir y expresar la sexualidad.

La sexualidad: Es un aspecto central del ser humano, que se hace evidente a lo largo de su vida. Aquí se comprende lo que es el sexo, la identidad, roles de género, el placer, la intimidad, la reproducción, entre otros. Se vive y se expresa a través de pensamientos, deseos, creencias, actitudes, valores, entre otros (ENIPLA, 2013).

Metodología

Para poder entender el proceso desarrollado y de cómo se fue construyendo el presente producto, debemos tener en claro el significado del concepto de metodología para lo cual mencionamos: “metodología puede entenderse como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico” (Gardey, 2012, párr.1).

Argumentando lo antes expuesto debemos recalcar que la metodología no es más que una parte importante en toda investigación, ya que permite coordinar los medios que se requieren para cierta indagación.

El presente producto educomunicativo, parte de la necesidad de información, guía y consejos sobre temas de sexualidad orientado a los padres, puesto que aún es considerado un tema tabú, que no es sustentado con información científica o especializada, lo que produce vacíos o conceptos errados en los chicos. Esta realidad se evidencia en el núcleo familiar pues es un tema que no se habla y que conlleva una problemática de comunicación entre padres e hijos.

La necesidad de los jóvenes por mantenerse informados sobre este tema, ha hecho que muchos de ellos busquen información ya sea por medio del internet, videos, televisión y otros, información que en muchos de los casos no se encuentra bien fundamentada. Por esta razón se ha visto la necesidad de realizar un periódico educomunicativo, el cual tiene como propósito informar, guiar y resolver interrogantes que puedan existir.

La metodología empleada en el presente trabajo está basada en un enfoque de la realidad social con respecto al tema de sexualidad en los adolescentes para lo cual

está fundamentada en conceptos y teorías que permiten analizar la problemática desde una percepción amplia.

Para lo que se realizó una investigación cualitativa la cual nos permite tener un punto de partida para el desarrollo tanto del contenido como del periódico en sí. A continuación se detallará el análisis previo que se llevó a cabo y de su incidencia en el presente trabajo.

2.1 Análisis

Para aquello se realizó un análisis que se fundamentó en la búsqueda de cifras e información que evidenció la situación actual del país con referencia a esta temática. Para lo cual, se tomaron datos del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), como también de información relevante y estadísticas del ENIPLA (Estrategia Nacional Intersectorial de Planificación Familiar y Prevención del Embarazo en Adolescentes).

Además se remitió a información publicada en medios impresos de comunicación como: diario Hoy y diario El Universo, cuyas cifras son tomadas del INEC y que son del año 2012 (últimas cifras disponibles), que proyecta la siguiente información:

- Según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 (último dato disponible). “La tasa de fecundidad en el grupo de 10 a 14 años y en el de 15 a 19 años aumentó 78% y 11%, en su orden, en el periodo 2007-2012 con relación a 1999-2004” (Diario Universo, 2015, párr. 3).
- “De las más de 7 millones de mujeres, 3.645.167 son madres, de ellas 122.301 son adolescentes” (Diario Hoy, 2012, párr. 4).

- “De 705163 adolescentes censadas en el Ecuador, el 17,2%, ha sido madre”
(Diario Hoy, 2012, párr. 5).

Ante el resultado investigativo de los datos recogidos en los periódicos antes mencionados, cuya información está sustentada en datos del INEC podemos deducir lo siguiente:

1. Las edades con mayor índice de embarazo en adolescentes comprenden entre 10 a 15 años.
2. El embarazo en adolescentes ha tenido un incremento en los últimos años.

Adicionalmente a la información de los medios impresos se tomó como referencia datos y estadísticas del ENIPLA. Para ello se fundamentó en la investigación que se desarrolló en el año 2013, en el cual, se realizó un proyecto comunicativo que consistía en talleres de sexualidad para los jóvenes de las categorías sub 12 y sub 14 del club de alto rendimiento Independiente del Valle, los resultados arrojaron que la mayoría de los jóvenes no tienen claro el concepto de sexualidad y tienen concepciones erradas del tema, ya que tenían otras prioridades.

Es así que tomando como referencia algunos textos desarrollados por el ENIPLA (Estrategia Nacional Intersectorial de Planificación Familiar y Prevención del Embarazo en Adolescentes), se destacó el contenido el cual, está enfocado a una estrategia de prevención del embarazo adolescente, mediante un mecanismo comunicativo que brinde información oportuna y científica para los jóvenes.

Esta información permitió tener un punto de partida para la elaboración del periódico sobre educación sexual, el cual busca brindar información útil y confiable, orientada en una educación sexual oportuna y responsable, libre de tabús, prejuicios,

estereotipos, miedos y otros, que son prácticas que no han permitido que los adolescentes vivan una sexualidad responsable e informada.

2.2 Pre-prensa

En esta etapa se trabajó en las ideas básicas y propuestas sobre la elaboración, ya que es la base para iniciar con el producto. Aquí se encaminó tanto el contenido, la presentación, el diseño y demás parámetros que se manejaron durante la realización del periódico.

Además se trabajó sobre los procesos previos a la impresión del periódico, para que los contenidos sean bien desarrollados y comprendidos, aspectos como: el contenido, estructura, tipografía, color, entre otros.

Luego del proceso que hemos venido desarrollando con el análisis previo, los datos estadísticos, se tomó en cuenta ciertos aspectos que este debe tener, como el nombre del periódico, el cual va a estar acorde a la temática, como también al público objetivo a quien va dirigido.

Para la selección del nombre del periódico, se realizó un análisis el cual, luego de haber desechado 3 nombres previos que no guardaban relación ni vinculación con la temática a tratar, se eligió el nombre “Hablemos Claro”, que tiene una connotación directa con la temática, además de ser llamativo y tener una aprobación favorable de un grupo de 15 personas, que fueron encuestados de forma verbal en las afueras del C.C.I. (Centro Comercial Iñaquito), el 30 y 31 de enero del presente año.

Tomando en cuenta el contenido del periódico y el nombre del mismo, se realizó un logotipo, el cual, permite identificar al periódico, que va acompañado de una frase

que dice: Periódico sobre sexualidad, lo que es un complemento que hace más atrayente y fácil de recordar.

Las características que se emplearon para la realización del logotipo fueron: la tipografía, cromática, los cuales se basaron en un diseño cuyo mensaje sea claro y directo empezando con el nombre del periódico. La tipografía es clara y legible lo que le permite al lector una fácil comprensión. En lo que corresponde a la cromática, se utilizaron una mezcla de colores cuya representación se vea identificada en un grupo de personas plasmando seriedad y frescura a la vez, lo que le hace más llamativa.

Adicionalmente el diseño del logotipo es fundamental ya que es la carta de presentación del producto impreso, el nombre por el cual se lo va a conocer y que la gente lo va a recordar, por lo general las personas son visuales y es fácil identificar un logotipo ya sea por la tipografía o por la cromática empleada.



2.2.1 Grupo objetivo

Es sumamente importante determinar a quién o a quienes va enfocado el producto comunicativo, es así que surgió la necesidad de delimitar un público objetivo al cual va dirigido y orientado el periódico sobre sexualidad.

Para delimitar el público a quien va dirigido el periódico, se tomó como referencia los datos estadísticos, la poca información que tienen los jóvenes sobre la temática y

la escasa comunicación existente en el núcleo familiar, por lo que se decidió que el público objetivo directo son los padres de familia e indirectamente los jóvenes. Puesto que la responsabilidad de una educación en valores y principios recae principalmente en los padres de familia, además de ser considerados un ejemplo para sus hijos. Para lo cual, hay que tomar en cuenta el lenguaje que se va a utilizar como el contenido a desarrollar en el periódico, puesto que al ser adultos, el lenguaje debe ser claro conciso y explicativo que les permita tener una información acertada y oportuna de la temática para que luego pueda ser replicado con sus hijos.

2.2.2 Lenguaje - Narrativa

Tanto la narrativa como el contenido que son plasmados en el periódico son fundamentales, ya que no es lo mismo un periódico cuyo target es gente adulta que un periódico para jóvenes, pues el lenguaje, los símbolos y signos a utilizar son diferentes.

De los géneros periodísticos que se emplean en esta propuesta, están principalmente:

- El informe especializado el cual, utiliza un lenguaje claro que sea fácil de interpretar por los lectores. Por lo general este tipo de informe contiene datos o estadísticas (López, 2005, párr.4).
- La Entrevista: Es una comunicación personal entre el periodista y el personaje, donde se busca saber que piensa u opina el entrevistado sobre cierto tema por medio de preguntas y respuestas (López, 2005, párr.5).

2.2.3 Contenido del Periódico

Los temas que forman parte del periódico están relacionados al tema sobre sexualidad, el contenido está distribuido en varias secciones como: Opinando, conociendo, infórmate, aprende y entrevista. Tomando como referencia los textos y talleres que utilizó el ENIPLA en su proyecto juego de palabras se eligieron las siguientes temáticas:

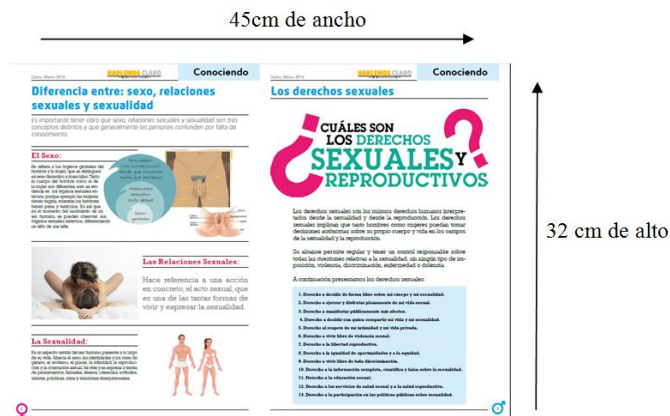
- Diferencia entre: Sexo, relaciones sexuales y sexualidad.
- El género.
- Derechos sexuales.
- Métodos Anticonceptivos.
- El preservativo masculino.
- La sexualidad en los jóvenes.
- Recomendaciones de cómo hablar sobre sexualidad con jóvenes.
- Influencia de la pornografía en los adolescentes.
- Enfermedades de transmisión sexual
- Preguntas frecuentes de los padres
- ¿Qué opina la gente sobre la sexualidad de los jóvenes?

2.3 Prensa

En esta etapa se trabajó el machote, el cual sirvió como base y guía que luego se fue adecuando a las necesidades que se presentaron en el transcurso de la producción. Esto permitió tener como referencia el punto de partida respetando los lineamientos del periódico en su forma y fondo.

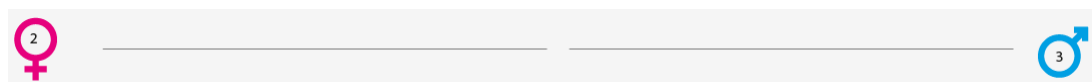
El formato que se eligió para el periódico es el tabloide, ya que tiene varias ventajas: entre ellas que permite reducir el tiempo y costo de impresión y para el lector su tamaño lo hace más práctico y cómodo.

Tomando en consideración estos aspectos las medidas que tiene el periódico “Hablemos Claro” son:



Otro aspecto a tomar en consideración es el papel en el que va hacer impreso el periódico, para aquello se tomó varias consideraciones como el costo y la durabilidad. Ante estas observaciones el papel que se eligió para el periódico es papel bond de 75 gramos lo que tienes algunas ventajas como la durabilidad y la impresión pues no es necesario una imprenta para su elaboración.

El periódico “Hablemos Claro” va a constar de 12 páginas y la numeración se la va a ubicar en la parte inferior en cada extremo, acompañado de los signos de masculino y femenino para hacer más llamativa su presentación.



Además se trabajó con la cabecera del periódico, la cual contiene información como: la fecha de publicación, logotipo del periódico y sección.

La tipografía es un aspecto fundamental, ya que esto permite una fácil lectura para el público objetivo, pues si se elige una tipografía con muchos adornos, esto causará inconvenientes al momento de la lectura. Teniendo en cuenta estos aspectos se optó por usar: Arial, arial black y Pantene Cherokees: Para textos 12, para títulos 24, para subtítulos 14.

Para cada nota informativa se optó trabajar con una, dos y hasta tres columnas distribuidas estratégicamente y acompañadas de imágenes, para hacer más llamativa su presentación.

Enfermedades de transmisión sexual

¿Qué es una Enfermedad de Transmisión Sexual?

Se les ha nombrado de este modo al grupo de enfermedades infecciosas que se transmiten de persona a persona a través de las relaciones sexuales y el intercambio de fluidos.

¿Cuáles son las principales Enfermedades de Transmisión Sexual?

Entre las más comunes tenemos: Clamidia, Tricomoniasis, Gonorrea, Sífilis, VIH (Virus de Inmunodeficiencia Humana) y SIDA (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida), Hepatitis Infecciosa, Molusco contagioso, Chancroide, Ladoles, Herpes genital.

El único método que previene la transmisión es el condón, cuando se lo usa adecuadamente. La población más en riesgo son los adolescentes y adultos jóvenes. En la siguiente tabla encontraremos los síntomas principales de cada una y su diagnóstico:

Cuadro de las Infecciones de Transmisión Sexual

ETS	Características	Síntomas
Clamidia	Puede provocar infecciones urinarias, en mujeres enfermedad pélvica inflamatoria. En hombres puede causar epididimitis, Infegranuloma venéreo.	No suele presentar síntomas. En ocasiones puede haber ardor al orinar, secreción anormal por la vagina o el pene. Casos severos pueden presentar dolor, fobres e incluso infertilidad.
Gonorrea	Puede infectar genitales, boca o ano. Puede pasarse al bebé en el embarazo. Puede producir infertilidad en hombres y mujeres.	Algunas veces no provoca síntomas, observado en mujeres. Hombres: dolor al orinar, secreción por el pene. Oveas: epididimitis. Mujeres: hemorragias.

El uso de fotografías e imágenes en el contenido del periódico es significativo, puesto que el acompañamiento de una de estas dos, hace más llamativa la lectura, ya que produce una referencia visual del tema que se está leyendo.

Luego de detallar cada uno de estos aspectos debemos tomar en cuenta el presupuesto que va a tener el periódico. Para este aspecto se toman varios parámetros como:

Tabla 1.

Presupuesto periódico Hablemos Claro

Material	Cantidad	Precio unitario	Total
Copias, Impresiones	200	\$ 0.02 ctvs.	\$ 4.00
Internet	40 horas	\$ 060 ctvs.	\$ 24.00
Papelería	20	\$ 0.50 ctvs.	\$ 10.00
Transporte	50	\$ 0.25 ctvs.	\$ 12.50
Alimentación	30	\$ 2.50	\$ 75
Impresión	200 periódicos	\$ 6.00 dólares	\$ 1.200
Publicidad del periódico		\$ 200 dólares	\$ 200
Varios			\$ 50
TOTAL			1575.50

Nota: Elaborado por Tomás Pilco

2.4 Post-prensa

Una vez concluida la etapa de investigación y recolección de los contenidos se dio paso al diseño e integración de las notas con las imágenes del periódico, luego de este proceso se realizó los ajustes de impresión y se digitalizó el periódico para su impresión y presentación final.

Para la realización del periódico se utilizó el programa informático conocido como Adobe Ilustrador versión CS5. Se eligió este programa pues es el más aconsejable al momento de diseñar una revista o periódico, además que es fácil de manejar.

En esta etapa se insertó las notas informativas con sus respectivas imágenes en su espacio designado, procurando respetar el diseño del periódico, hasta tener todo el contenido dentro del mismo.

En esta fase es fundamental una estrategia de divulgación y promoción del periódico, pues la publicidad del mismo dará a conocer el producto y la aceptación del mismo con el público objetivo y lectores secundarios.

- Para aquello tomando en consideración el alcance del periódico, el costo de publicidad entre otros aspectos, una de las estrategias a utilizar es el volanteo.
- Otro mecanismo de divulgación es a través de las redes sociales tomando en cuenta su alcance y su costo.

Tabla 2.
Cronograma del periódico:

Detalle	1ra semana	2da semana	3era semana
Diseño de la estrategias comunicacionales del producto.	X		
Diseño e impresión del flyer	X	X	
Distribución de flyers y publicidad por redes sociales		X	X

Nota: Elaborado por Tomás Pilco

Tabla 3.
Promoción del periódico:

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
hojas volantes	2000	\$ 0.02 ctvs.	\$ 40
internet	40 horas	\$ 060 ctvs.	\$ 24.00
papelería	20	\$ 0.50 ctvs.	\$ 10.00
movilización	50	\$ 0.25 ctvs.	\$ 12.50
alimentación	10	\$ 2.50	\$ 25
personal para volanteo	5 por día (total de 10)	\$ 20 dólares	\$ 200
Varios			\$ 50
TOTAL			361.50

Nota: Elaborado por Tomás Pilco

2.5 Estudio de factibilidad

Ventajas del producto:

- Es un medio informativo especializado, que permite aclarar y reforzar ciertos aspectos, temas e inclusive dudas que tengan tanto los padres como los jóvenes sobre la temática, además que les permite adquirir nuevos conocimientos.
- Su contenido puede ser archivado y puede ser utilizado como fuente de consulta cuando se tengan que hacer una investigación o cuando se quiera resolver alguna duda que se presente.

La factibilidad de esta propuesta es posible por las siguientes razones:

- Este es un producto factible, porque ante las TICS (Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación), que son un conocimiento que se dispersa u olvida, este es un documento que se lo pueden archivar y hacerlo como libro de consulta cuando se lo requiera.
- Es factible porque la narrativa utilizada en el periódico es de fácil entendimiento, lo que hace una lectura sencilla y que adicionalmente puede ser compartida o sociabilizado con los demás.
- Es factible ya que si alguna organización, entidad u otro ente, se hace cargo de la propuesta, los costos en cuanto a impresión son más baratos comparado con un periódico digital que necesita de un computador adaptado, un sistema informático que le permita acceder a la información vía red, entre otros aspectos.
- Es factible porque de acuerdo a los datos del INEC y estadísticas del ENIPLA, se evidencia claramente que los jóvenes tienen dudas y vacíos

conceptuales sobre la temática, además de presentar cierto interés por conocer y saber sobre la sexualidad.

- Es factible ya que a pesar de que el público objetivo del periódico son los padres de familia, indirectamente involucra a sus hijos ya que si el periódico llega a sus manos pasarían a ser lectores secundarios y se verán fortalecidos y capacitados en cuanto a sus conocimientos sobre sexualidad.

Sin embargo se puede considerar que pueden existir los siguientes limitantes:

- Puede existir una tergiversación de propuesta ya que, se puede pensar que es de carácter biológico y no comunicacional.
- Otra de las problemáticas sobre esta propuesta es que, se piense que se está incitando a los jóvenes para que tengan relaciones sexuales.

Resultados

- Se obtuvo una información actualizada, mediante el análisis crítico de los periódicos ecuatorianos: Diario Hoy, El Universo y datos estadísticos e informaciones del ENIPLA, me permitió tener una fundamentación para crear un producto comunicacional.
- La participación en los talleres del ENIPLA, que fueron impartidas en el club de alto rendimiento Independiente del Valle, permitió tener un acercamiento más profundo sobre las necesidades de información que tienen tanto padres como los adolescentes.
- El resultado es que se obtiene un producto editorial, donde se encuentran plasmados los conocimientos de la comunicación y educomunicación alrededor de la temática de la sexualidad.
- Esta propuesta comunicativa es de carácter informativo, la cual está sustentada con informaciones válidas y fundamentadas en temas de sexualidad.
- Ante la saturación de información por canales como el internet, películas, revistas. Esta propuesta del periódico educomunicativo es una proposición ideal para el enriquecimiento de información oportuna sobre esta temática que esté orientada a una educación sexual oportuna y responsable.

Conclusiones

- La comunicación es la herramienta fundamental para lograr una educación sexual adecuada a través de una información acertada y científica.
- La comunicación en el núcleo familiar es trascendental para el desarrollo de las personas, un ambiente de dialogo entre padres e hijos ayuda a una mejor comprensión del tema.
- La educación sexual es indispensable para reforzar valores y comportamientos, para que los jóvenes puedan resolver dudas y puedan ser capaces de tomar decisiones acertadas y puedan vivir una sexualidad plena.
- La educación sexual de los adolescentes es una responsabilidad netamente de los padres de familia, la cual puede ser reforzada por los establecimientos educativos y profesores.
- Existe una concepción equivocada sobre el concepto de sexualidad, pues se adopta solo como una situación de placer.
- Desde la educomunicación se puede hacer un aporte, creando un micro medio que facilite la información y el acceso a temas relacionados sobre sexualidad.
- El producto sirve como medio de consulta para los padres que les brinde una información oportuna que les permita estar bien capacitados para abordar estos temas con los adolescentes.

Referencias

- Aire Comunicación. (3 de 12 de 2015). Aire Comunicación. Recuperado el 2016 de 3 de 4, de Asociación de Educomunicadores:
<http://www.airecomun.com/educomunicacion/que-es.html>
- Alfaro, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima-Perú: Abraxas.
- Amaya del Valle, R. J., & Nieves Sánchez, A. M. (2012). *Educación sexual*. Recuperado el 4 de 3 de 2016, de La sexualidad y la planificación familiar:
<http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/planificacion-familiar-y-metodologia-anticonceptiva/la-sexualidad-y-la-planificacion-familiar>
- Arango, L. Á. (2012). El periodismo en Colombia. Recuperado el 14 de Febrero de 2016, de
http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/el_periodismo
- Bitrián Catalán, J. L. (2015). Consejo general de la psicología de España. Recuperado el 4 de 3 de 2016, de Sexualidad:
http://www.cop.es/colegiados/A-00512/psico_sex.html
- Calderón Castro, F. (10 de 02 de 2011). El periodismo educativo. Recuperado el 15 de 06 de 2016, de Estructura del periódico:
<https://sites.google.com/site/elperiodismoeducativo/estructura-del-periodico>
- Diario Hoy. (27 de febrero de 2012). Embarazo de niñas sube el 74% y ubica al Ecuador primero en región andina.
- Educación afectivo sexual. (2010). Que es la sexualidad. Recuperado el 4 de 3 de 2016, de <https://educacionafectivosexual.wordpress.com/informacion-educacion-afectivo-sexual/>
- ENIPLA. (2013). *Taller sobre sexualidad*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Espín, M. (25 de 02 de 2012). Esperiodismo.com. Recuperado el 17 de 12 de 2015, de Periodismo y Relaciones Internacionales:
<http://marcespin.com/2012/02/25/que-es-el-periodismo/>
- Formación Integral. (11 de 7 de 2015). La sexualidad según la OMS. Recuperado el 4 de 3 de 2015, de http://www.formacion-integral.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=41
- Freire, P. (1973). *Extensión o comunicación*. Brasil: Siglo XXI Editores S.A.
- Freire, P. (1990). *Pedagogía del Oprimido*. Recife - Brasil: Siglo XXI.
- Gallardo, M. N. (30 de 7 de 2008). Ecuador Constitución 2008. Recuperado el 4 de 3 de 2016, de <http://ecuadorconstitucion2008.blogspot.com/2008/07/uniones-homosexuales-ya-tendran-un.html>

- García López, J. C. (05 de Marzo de 2005). Eduteka. Recuperado el 14 de Febrero de 2016, de Eduteka: <http://www.eduteka.org/PeriodicoEscolar.php>
- Gardey, J. P. (2012). Definición de Metodología. Recuperado el 08 de 08 de 2016, de <http://definicion.de/metodologia/>
- Kaplun, M. (1983). En *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos*. Chile: UNESCO.
- Lopez, G. J. (3 de 5 de 2005). Eduteka. Recuperado el 5 de 3 de 2016, de Elaboración de Periódicos Escolares: <http://www.eduteka.org/articulos/PeriodicoEscolar>
- Naranjo, M. P. (2000). *La educacion un desafio para el cambio*. Quito: U.P.S.
- Ogaz, L. (Julio de 2002). Repositorio Digital. Recuperado el 17 de 12 de 2015, de Repositorio Digital: [file:///C:/Users/LEONEL/Downloads/UPS-QT02752%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LEONEL/Downloads/UPS-QT02752%20(1).pdf)
- Santamaria, F. (07 de 05 de 2014). Diseño Editorial – Definición. Recuperado el 08 de 08 de 2016, de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>
- Universo, D. (08 de 03 de 2015). Salud sexual en Ecuador sujeta a cambios. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/08/nota/4630796/salud-sexual-sujeta-cambios>