



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Sin Tabú

**Diseño e implementación de una revista de educación sexual para
adolescentes**

Trabajo especial de grado para optar por el título de Licenciado en
Comunicación Social

Tutor

Terenzani, Alejandro

CI. 10.633.964

Autores:

Faure Ochoa, Kemberlyn Johelin

C.I. 19.397.128

González Acevedo, Grace Alexandra

C.I. 18.446.565

Diciembre 2011

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso, a mis padres, a mis hermanos, a toda mi familia y a los que sin serlo forman parte de ella. Porque han creído en mí, me hicieron crecer como persona y ahora como profesional, pues sus cada una de sus enseñanzas han sido pilar fundamental de este mérito que hoy alcanzo.

El mundo es tan grande que nos da oportunidad a todos, tarde o temprano para alcanzar nuestras metas. Por eso, a ustedes que siempre serán mis mejores amigos, consejeros, mis modelos a seguir, los que nunca me fallaran les dedico este logro personal.

Grace González

DEDICATORIA

Primeramente, les dedico mi trabajo de grado a mis padres. A mi madre Judith Ochoa, luchadora, mi mejor amiga, consejera, mi ejemplo a seguir, ella la que nunca me ha fallado, y siempre supo cómo sacarme adelante, por ti hoy estoy aquí. A Rubén Hernández mi padre, mi profesor guía, al cual admiro por su gran apoyo a lo largo de todos estos años y el amor brindado.

A mis hermanos, a Suheil Chacón, por ser la mejor hermana mayor que cualquiera puede tener, tú me enseñaste muchas de las cosas que sé, de ti aprendí valores y siempre estas cuando busco el mejor de los consejos. A Rubén Hernández, el menor mi compañero y mi gran orgullo.

A ti, Reinaldo Salazar, por tu apoyo incondicional, por ser la parte más bonita de toda mi carrera, por siempre estar ahí a mi lado, cuidándome, dándome fuerza, llenándome de amor y cariño.

A mis amigos, con ellos estaré eternamente agradecida por compartir conmigo esto cinco años de carrera, en especial a Grace González mi compañera de tesis y mi amiga incondicional.

También quiero dedicar este trabajo a mi abuela y mis tías: Georgina Pantaleon, Yolanda Ochoa y Marlene Ochoa y demás familiares, que de una u otra forma son parte de este logro.

Kemberlyn Faure

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso por darme la vida, guiarme y no desampararme. Sin sus bendiciones iluminando mi camino no hubiese podido alcanzar ésta, una de mis metas.

A la mujer que me dio la vida y es uno de los pilares que me mantiene en pie de lucha siempre, Dilia Mercedes. Madre ¡Te Amo!

A la luz de mis ojos, al hombre de mi vida, Miguel Angel. Gracias por quedarte aquí en la tierra para verme triunfar. Papi ¡Te Adoro!

A ti mi viejita Antonia, gracias por no abandonarme, acompañarme siempre y cuidarme desde el cielo. ¡Te Amo!

A Vidalina, por sus oraciones, consejos, reflexiones y enseñanzas de vida. Eres parte de lo que soy. Abuelas como tú, simplemente no hay.

A mi hermana, por ser mi ejemplo a seguir. Recorriste un sendero admirable, gracias por mostrarme cuál era el camino para no tropezar.

A mi hermano, mi amigo, mi cómplice, mi confidente que a pesar de la distancia que nos separa, no ha dejado de estar allí para mí.

Al pedacito de cielo que vino a darle alegría a mis días tristes y difíciles, Victoria Valentina. Espero ser yo quien guie tus pasos.

A mi Tía Rosa Elizabeth, por siempre tener un espacio en su apretada agenda para ayudarme y a pesar de la distancia, no estar ausente.

A Zonia Campos por ser tan diligente y estar siempre dispuesta a ser mi salvavidas no sólo durante mí camino por la UCV, sino desde mis primeros pasos.

A Luz Marina Chía, por ser mí segunda madre. Gracias por amarme como a tu hija y no dejarme desistir, a ti también te debo este regalo.

A Spike, gracias por desvelarte conmigo, ser mi amigo fiel y mi compañero.

Al resto de mi familia, valen oro. Cada uno de ustedes ha desempeñado un rol fundamental en mi vida. Los amo.

A Kemberlyn, amiga gracias por la paciencia y el empuje. Nadie dijo que sería fácil, pero aquí estamos. Lo logramos.

A Alejandro Terenzani, por creer en nosotras y en nuestra propuesta. Por regalarnos sus conocimientos y ser más que un profesor, un amigo.

Grace González

AGRADECIMIENTOS

A Dios Primordialmente

A la UCV, por brindarme herramientas necesarias para iniciar y realizar diversos emprendimientos en mi vida, por darme la oportunidad de convivir con maravillosas personas e incentivarme a crear, analizar e investigar constantemente variados temas y por todas las experiencias que enriquecieron mi vida durante mi estadía en ésta magna casa de estudio.

Al profesor Alejandro Terenzani, por aceptar ser nuestro tutor y que mediante recomendaciones acertadas nos guió y apoyó en todo el proceso de realización de este trabajo de grado. Por siempre estar dispuesto a colaborar y aconsejarnos con su gran sonrisa. “Teren eres un sol, gracias de corazón”

A mis padres, por su amor y apoyo constante e incondicional necesario para el logro de mis metas y sueños. Ellos me incentivan a ser mejor cada día y facilitan la realización de cualquier labor.

A Grace, que me acompañó a lo largo de este proyecto y se mantuvo firme en la decisión de culminar esta tesis, nos comimos las verdes y las maduras pero lo logramos y aquí está el fruto de tanto esfuerzo.

A Johanybeth Rivero, que nos brindó su colaboración caracterizada por su creatividad, responsabilidad y compromiso, convirtiéndose así en pieza fundamental para lograr el resultado final de la parte grafica de la revista.

A Reinaldo Salazar, por su apoyo emocional e incondicional que me brindó desde que ésta idea estaba en pañales.

Y a todas las personas que de una u otra manera, aportaron algún granito de arena, para el logro de este proyecto.

Kemberlyn Faure

RESUMEN

Este proyecto tiene como objetivo diseñar y producir una revista de periodicidad mensual sobre educación sexual con contenido educativo para adolescentes y que responda a sus principales inquietudes sobre el tema.

En la sociedad venezolana la sexualidad es aún motivo de censura. Tocar temas relacionados a ella, al sexo y/o a la educación sexual, desvirtúa y escandaliza las diversas concepciones que existen al respecto y que en su mayoría giran en torno a una visión religiosa, ética y moralista del ser humano.

En este trabajo, la propuesta de realizar una revista de educación sexual viene vinculada a la necesidad de exponer el trasfondo de la problemática existente en Venezuela.

Durante esta investigación se hace evidente que los pesados programas informativos, preventivos y de asesoramiento, están desvinculados de la realidad que afecta a la población. Puesto que existe un indiscutible bombardeo informativo y una escasa transmisión eficaz del mensaje dirigido. Lo que impide que se logre el propósito principal: educar.

La revista que llevará por nombre ***Sin Tabú*** demostrará que con contenidos de calidad, manejados con un lenguaje apropiado, se puede

brindar una solución alternativa. Presentando con mensajes atractivos, que capten la atención de los jóvenes, la información que deberían brindar, tanto los docentes en las escuelas como los padres en sus casas.

Destinada a la población adolescente de Venezuela, con edades comprendidas entre los 12 y 18 años, pertenecientes a todos los estratos sociales A, B, C+. ***Sin Tabú*** ofrecerá herramientas de conocimiento que les permitirán afrontar con responsabilidad su vida sexual.

Palabras Clave: Tabú, Sexo, Educación Sexual, Adolescente, Revista.

ABSTRACT

This project has as goal to design and build a magazine of sexual education with educational content for teenagers, monthly published, that answers to the most important worries about this subject.

In the venezuelan society, the sexuality is still a motive of censorship. Talking about themes related to this, to sex and/or sexual education, spoils and scandalizes the different existing conceptions in the matter and, in its majority, are related to a religious, ethic and moralist vision of human being.

In this work, the offer to build a magazine of sexual education comes related to a need of exposing the background problematics that exists in Venezuela.

During this research it is evident that the informative, preventives and advice programs are detached of the reality that concern population. Since that there is an indisputable informative bombardment and an ineffective transmission of the directed message. What prevents the achieving of the main goal: to educate.

The magazine will be named ***Sin Tabú (Without Taboo)***, it will show that with quality contents, handled with appropriate language, it is possible to offer an alternative solution. Presenting the magazine with attractive messages, that catch the attention of the youngest, the information that the should be offered, so much the teachers at the schools as parents in theirs homes.

Directed to the teenager population of Venezuela, with age comprised between 12 and 18 years old, belonging to all social strata, A, B, C+. ***Sin Tabú*** will offer knowledge tools that will help them to confront with responsibility theirs sexual life.

Keywords: Taboo, Sex, Sexual Education, Teenager, Magazine.

ÍNDICE

Dedicatoria	2
Agradecimientos	5
Resumen	10
Abstract	12
Introducción	19
<u>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA</u>	22
I.1. Planteamiento del Problema	22
I.2. Justificación	24
I.3. Objetivos	26
I.3.1. Objetivo General	26
I.3.2. Objetivos Específicos	26
<u>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</u>	27
<u>II.1. Sexualidad</u>	27
II.1.1. Definición Sexualidad	27
II.1.2. Salud Sexual	29
II.1.3. Sexo	31
II.1.4. Educación sexual	34
II.1.5. Adolescencia	38
II.1.6. Cultura sexual	40
II.1.7. Tabú	43

<u>II.2. Revista</u>	46
II.2.1. Definición revista	46
II.2.2. Origen de la revista	49
II.2.3. Tipos de revista	52
II.2.4. Partes de la revista	54
II.2.5. Formato de revista impresa	58
II.2.6. Mancha	60
<u>II.3. Diseño</u>	61
II.3.1. Fundamentos del diseño	61
II.3.1.2. Elementos Conceptuales	62
II.3.1.3. Elementos Visuales	64
II.3.1.4. Tipografía	66
<u>II.3.2. Color</u>	68
II.3.2.1. Contraste	71
II.3.2.2. Tono	71
II.3.2.3. Saturación	72
II.3.2.4. Atraer la atención	72
II.3.2.5. Mantener la atención	73
II.3.2.6. Transmitir información	73
<u>II.3.3. Diseño editorial</u>	73
II.3.3.1. Tipos de publicación	74
II.3.3.2. Factores importantes en el diseño editorial	75
II.3.3.3. Diagramación	77
II.3.3.4. Plan comunicacional	79
II.3.3.4.1. Etapas del plan de comunicación	80
<u>CAPÍTULO III: METÓDICA</u>	83
III.1. Tipo de investigación	83
III.2. Diseño de la investigación	85

III.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	86
III.3.1. La encuesta	87
III.3.2. Población y Muestra	88
III.3.3. Resultados	89
Gráfico 1	90
Gráfico 2	91
Gráfico 3	92
Gráfico 4	93
Gráfico 5	94
Gráfico 6	95
Gráfico 7	96
Gráfico 8	97
Gráfico 9	98
Gráfico 10	99
Gráfico 11	100
Gráfico 12	101
Gráfico 13	102
Gráfico 14	103
Gráfico 15	104
<u>CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE PUBLICACIÓN</u>	105
IV.1. Etapa de planeación y preparación	105
IV.2. Revista	106
IV.3. El nombre	107
IV.4. Logotipo	108
IV.5. Diseño de la Revista	109
IV.5.1. Formato	109
IV.5.2. Mancha	110
IV.5.3. Tipografía	110

IV.5.4. Paletas de colores	113
IV.5.5. Fotografía	114
IV.6. Parte de la revista	115
IV.6.1. La portada	115
V.6.2. Lomo	115
IV.6.3. Contraportada	115
IV.6.4. Foliatura	116
IV.7. Diagramación de la revista	117
IV.7.1. Retícula	117
IV.7.2. Elementos de la unidad informativa	117
IV.7.2.1. Texto	117
IV.7.2.2. Títulos	118
IV.7.2.3. Sumarios	118
IV.7.2.4. Leyendas	118
IV.7.2.5. Disposición de publicidad	119
IV.8. Redacción de la revista	119
IV.8.1. Secciones	119
IV.9. Edición N°0	120
IV.9.1. Portada	120
IV.9.2. Contraportada	121
IV.9.3. Concepto de Diseño	122
IV.9.4. Machote	123
IV.9.5. Páginas maquetadas	125
IV.10. Implementación y factibilidad del proyecto	128
IV.10. 1. Periodicidad y tiraje	128
IV.10. 2. Distribución	128
IV.10. 3. Target	128
IV.10. 4. Precio	129

IV.10. 5. Sistema de impresión	129
IV.10. 6. Presupuestos	130
<u>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	131
Bibliografía	133
Anexo	138

INTRODUCCIÓN

Hablar de sexo, sexualidad y educación sexual en la mayoría de las sociedades modernas continúa siendo en pleno siglo XXI tema tabú, lo que genera desinformación e incertidumbre en adolescentes y padres.

En Venezuela se reconocen estos problemas. Porque, a pesar de los avances en materia de sexualidad y el desencadenamiento de procesos educativos, orientados a romper las barreras de lo sexual, confrontando la desinformación; hoy en día se mantienen mitos y tabúes que obstaculizan el desarrollo pleno de la educación sexual, dirigida a los jóvenes y niños.

En el que, un denominador común en las iniciativas en materia de educación sexual, ha sido el predominio de la excesiva labor informativa y la escasa transmisión de información dirigida por medio de lenguajes y medios apropiados que permitan vencer al verdugo de la censura.

Lo que hace evidente que toda proposición en el ámbito de solventar la problemática de educación sexual, esté desvinculada de la realidad que afecta a la población. En este sentido, la educación sexual en Venezuela se ha limitado sólo a programas informativos, preventivos, de asesoramiento, en los cuales su impacto, alcance, permanencia y pertinencia son variados y limitados en función de su discontinuidad.

La revista ***Sin Tabú*** nace de la necesidad de abordar temas de educación sexual que la mayoría de las personas no se atreve a explicar a la población adolescente en Venezuela, tópicos que van desde la prevención de enfermedades, métodos anticonceptivos, masturbación, primer encuentro sexual, mitos del sexo, miedos, temores, represión sexual y la diversidad sexual.

La publicación es concebida y diseñada con base en resultados de una investigación descriptiva llevada a cabo entre jóvenes de ambos sexos con quienes se mantuvieron relaciones de investigación, que se concretizó en una encuesta con 15 preguntas aplicadas a una muestra de 100 jóvenes que viven en el municipio Libertador y son estudiantes de liceos públicos y privados.

Los datos recolectados fueron tratados y sometidos a un cruzamiento. Con base en ellos se identifican los temas más frecuentes y con mayor relevancia que serán el objeto de artículos abordados en la Revista, bautizada con el nombre de Sin Tabú. De la encuesta aplicada las respuestas al quesito N° 11 constituye una especie de estructura de su primer número, sin agotar los temas y sus posibilidades de abordaje.

Esta revista de educación sexual hecha especialmente para adolescentes registra la conciencia de la necesidad de información en materia sexual que tienen los jóvenes y busca asociar prácticas comunicativas, para producir relaciones entre un público lector y las editoras de la revista, dos jóvenes conscientes de las demandas e inquietudes que

en relación a la sexualidad y a los derechos sexuales que hacen eco, los jóvenes en Venezuela.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

I.1. Planteamiento del Problema

La sexualidad entendida como la búsqueda del placer ha sido un término execrado desde la antigua Grecia. Los grandes cambios culturales, ideológicos y filosóficos del siglo XXI han traído de vuelta una concepción más “tangible” de la sexualidad humana.

Actualmente aún existen concepciones diversas al respecto, convicciones apegadas a una visión religiosa de lo sexual, en la cual el sexo sigue siendo un tema innombrable y motivo de escándalo. Sin embargo la realidad que se vive en la calle a diario es distinta, porque si se quiere hablar de sexualidad a los adolescentes no se puede obviar aquello que, se quiera o no, se esté de acuerdo o no, los mueve a ejercer su sexualidad.

A pesar de que en la sociedad el tema de la sexualidad es aún censurado, en las últimas décadas se ha ido abriendo paso, la idea de que la sexualidad es un aspecto más de la cultura humana que debe ser objeto de investigación para el ámbito educativo.

Según la División de Población de Naciones Unidas, Venezuela es el primer país en embarazos no planificados en adolescentes: 3 de cada 10 se inicia sexualmente entre los 12 y los 18 años, y 6 de esas 10 no utilizan anticonceptivos.

Esto es un problema mundial y las cifras de Venezuela son las más altas de Latinoamérica: 35 de cada 100 embarazos no planificados son de menores de 18 años de edad. Portal Venelogia (Febrero, 2011).

Por ejemplo, cada año nacen más niños de madres adolescentes y los datos del Ministerio del Poder Popular para la Salud (2001) lo corroboran indicando que el 21,4% de los nacimientos anuales corresponde a niñas-madres con menos de 20 años de edad. Ello lejos de ser alentador, preocupa aún más. Portal Venelogia /25 de febrero de 2011.

Mientras que la falta de políticas preventivas, que tomen en cuenta los factores sociales, culturales y económicos que contribuyen a la actividad sexual temprana no solvente efectivamente a través del mensaje y medios correctos, la problemática de educación sexual existente en el país continuará.

I.2. Justificación

Habiendo evidenciado que para la mayoría de los adultos hablar de educación sexual a los adolescentes se torna bastante engorroso y que estos no saben bien cómo afrontar y resolver, una situación a la que por lo general suelen huirle. Se decidió diseñar y producir una revista con contenido educativo en el ámbito sexual para adolescentes, que conteste a las interrogantes que los padres no se atreven a esclarecer.

Los niños comienzan a preguntar sobre el cuerpo y la propia sexualidad mucho antes de llegar a la edad escolar, por esto es que al llegar al período de la adolescencia este tópico se vuelve tan difícil para los padres, puesto que se enfrentan a un cúmulo de dudas reservadas durante años

La revista denotará que existe una realidad bastante seria en cuanto a la problemática de educación sexual y procurará manejar y abordar, con contenidos de calidad, amplitud suficiente y sobre todo con un lenguaje apropiado, la información que deberían brindar, tanto los docentes en las escuelas como los padres en sus casas.

Si bien se considera que la educación sexual impartida desde el seno familiar es importante, la revista reforzará y saciará cualquier inquietud que no sea respondida al adolescente a través de una información, libre de los tabúes y mitos comunes que rodean a todo aquello que tiene que ver con lo sexual. Con el fin de neutralizar, con argumentos, los mensajes erróneos y negativos que han recibido a lo largo del tiempo de manos de la sociedad.

Finalmente la revista brindará a los adolescentes herramientas de conocimiento que les permitirán afrontar con responsabilidad su vida sexual, ya que así como otras cosas, el desarrollo pleno como personas la sexualidad ocupa un lugar de suma importancia que va desde la identidad sexual hasta la autoestima personal.

I.3. Objetivos

I.3.1. Objetivo General

Diseñar y producir una revista de educación sexual para adolescentes, de publicación mensual, que responda a sus principales inquietudes sobre este tema.

I.3.2. Objetivos Específicos

I.3.2.1. Determinar las principales inquietudes de los adolescentes, por medio de encuestas.

I.3.2.2. Crear contenidos de calidad en respuesta a la problemática de educación sexual entre los adolescentes y cualquier otro aporte relacionado con el sexo y la educación sexual, por medio de entrevistas, noticias, imágenes, graficas.

I.3.2.3. Elaborar un diseño exclusivo de la revista, llamativo moderno, juvenil, que permita captar la atención y transmitir el mensaje deseado a los adolescentes.

I.3.2.4. Realizar el ejemplar "0" de la revista diseñada

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

II.1. Sexualidad

II.1.1. Definición Sexualidad

Desde el momento en que el ser humano nace, lo hace siendo una persona sexuada, lo que significa en principio que tiene un cuerpo con la capacidad de sentir, disfrutar y comunicar. La sexualidad es una parte importante de la persona, varía a través de los años y de las etapas de crecimiento de cada cual en las maneras en que se manifiesta.

De acuerdo a lo expuesto por el Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), Consejo Nacional de Población (CONAPO) en la publicación con el título *¿Qué es sexualidad? y ¿Qué es sexo?*», en *Sexualidad, información básica para adolescentes*:

“La sexualidad está conformada por los elementos biológicos, es decir, el sexo; los psicológicos, como es el sentirse y pensarse como hombre o mujer; y los sociales, que hacen referencia al comportamiento que establece la sociedad para cada sexo. Entonces se puede entender por sexualidad a la forma en la que cada ser humano se manifiesta como hombre o como mujer, de acuerdo a las normas y valores propios de su cultura y de su época”. (CONAFE, 1990, pág.27), (CONAPO, 1990, pág.52)

Se encuentra aún la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que puntualiza las diferentes dimensiones de la sexualidad al situarla 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. Se evidencia y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales. La sexualidad puede incluir todas estas dimensiones, no obstante, no todas ellas se evidencian o se expresan siempre. La sexualidad está influida por la interacción de factores biológicos, psicológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, éticos, legales, históricos, religiosos y espirituales.” Portal OMS (Mayo/2011)

La sexualidad se va modificando en cada etapa de la vida del individuo, y está básicamente determinada por el aprendizaje adquirido en el medio que le rodea. A través de conductas aprendidas, como el vestir, hablar y caminar, los seres humanos tienen la capacidad de demostrar su sexualidad.

En materia de sexualidad se han planteado una gran variedad de conceptos, sin embargo luego de haber revisado y analizado distintos contenidos en relación al término, podemos decir que el que más se asemeja

al mismo es que “la sexualidad forma parte de cualquier expresión humana ya sea con búsqueda de placer sexual o sin ella” según el Sexólogo Fernando Bianco en su texto *Sexología*.

II.1.2. Salud Sexual

Salud es definida por la Constitución de 1946 de la Organización Mundial de la Salud (OMS) como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. El goce del grado máximo de salud que se pueda lograr es uno de los derechos fundamentales de todo ser humano sin distinción de raza, religión, ideología política o condición económica o social” (Organización Mundial de la Salud, 1946).

En el Informe El Estado de la Salud Sexual y Reproductiva en América Latina y el Caribe: Una Visión Global por Carmen Elisa Flores y Victoria Eugenia Soto. Universidad de Los Andes, Bogotá: “La salud sexual y reproductiva (SSR) se reconoce como un componente integral de la salud general. Está “limitada a los aspectos relacionados con el aparato reproductor y sus funciones y procesos” (Plan de Acción de la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo, 1994: párrafo 7.2). Es un derecho que incluye el derecho a la integridad sexual, a la seguridad sexual del cuerpo, a la privacidad, a la igualdad al amor, a la expresión, al derecho a elegir, y a la educación y al acceso a la atención de salud. La SSR no atañe solo al periodo reproductivo sino que enfatiza la salud a lo largo del ciclo de la vida de los individuos (BERNSTEIN, 2006).

Diversos autores consideran la sexualidad como un elemento constitutivo de la salud ya que contribuye a determinar los niveles de ésta a lo largo del curso de vida de las personas: niñez, adolescencia, periodo reproductivo, menopausia y vejez de hombres y mujeres.

La OMS dice en su pronunciamiento del 2002 reflexiona sobre la salud sexual exponiendo en forma de recomendación que sean contemplados los derechos sexuales de las personas, lo que es destacado a seguir:

“La salud sexual requiere un acercamiento positivo y respetuoso hacia la sexualidad y las relaciones sexuales, así como la posibilidad de obtener placer y experiencias sexuales seguras, libres de coerción, discriminación y violencia. Para que la salud sexual se logre y se mantenga los derechos sexuales de todas las personas deben ser respetados, protegidos y satisfechos”. (OMS, 2002, pág.25).

Por su parte, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) ha definido la salud sexual como "la experiencia del proceso permanente de consecución de bienestar físico, psicológico y sociocultural relacionado con la sexualidad." (OPS, pág. 62). En esta noción hay una referencia directa a un estado de bienestar amplio.

Todos los conceptos antes expuestos, conllevan a considerar que para poder establecer y mantener una salud sexual óptima y de calidad

deben respetarse los derechos sexuales de las personas, así como la OMS indica que es necesario ese "enfoque positivo y respetuoso de la sexualidad (...) Con base en relaciones sexuales placenteras y seguras, libres de coerción, discriminación y violencia". Para mantener una buena salud sexual es necesario la tolerancia y la aceptación de la diversidad de género de los grupos sociales que integran la sociedad actual.

II.1.3. Sexo

Aclarar los significados de la palabra sexo contribuye para completar teórica y conceptualmente las bases de realización de esta investigación. Desde su origen lexical la palabra sexo no abarca todas las implicaciones que conlleva, hoy en día. El concepto de sexo debe verse desde el conjunto orgánico, fisiológico, psicológico y social no como simple denominación de un órgano. Este término empieza a llenarse de contenido a partir de los inicios en el siglo XVIII.

Según Portal Web: *Archivo de Sexología* (Abril/2011), la palabra sexo "desciende del latín: cortar, dividir, y originalmente se refiere nada más a la división del género humano en dos grupos: mujer o hombre. Cada individuo pertenece a uno de estos grupos, a uno de los dos sexos. La persona es o de sexo femenino o masculino".

Por su parte la Enciclopedia Hispánica conceptualiza por sexo "el conjunto de caracteres, funcionales y estructurales, con arreglo a los cuales un ser vivo es clasificado como macho o hembra". (ENCICLOPEDIA, 1994/1995, pág. 187).

El texto síntesis con el título de *Actas de una Reunión de Consulta sobre la Promoción de la Salud Sexual, Recomendaciones para la Acción elaborado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Asociación Mundial de Sexología (WAS)* coinciden al afirmar que “el término sexo se refiere al conjunto de características biológicas que definen al espectro de los seres humanos como hembras y machos”.

Todavía infiere se que el término sexo es empleado en el plano biológico para así distinguir al ser humano como hombre o mujer, lo cual se determina en el instante de su nacimiento, a través de sus órganos genitales sin importar la tendencia sexual que éste desarrolle a futuro.

La palabra sexo tiene otra connotación además de la biológica, como la social que se relaciona habitualmente a la conducta o comportamiento sexual que asume el ser humano ante la sociedad donde se desenvuelve.

De esta forma pueden ser sintetizadas las connotaciones diversas de la palabra, a saber:

- sexo genético: determinado cromosómicamente.
- sexo anatómico o genital: determinado por el tipo de genitales externos y caracteres sexuales secundarios.
- sexo fisiológico, hormonal o gonadal: determinado por el tipo de genitales internos y la preponderancia de niveles hormonales.

- sexo psicológico: determinado por la percepción individual de pertenencia a un determinado sexo.
- sexo social: determinado por la percepción de otras personas de la pertenencia a un determinado sexo. (Portal Web: Escuela de Medicina de la Universidad Pontificia de Chile, 2011).

De ahí surgen las infinidades de mitos y tabús alrededor de la palabra *Sexo*, que en muchos casos es empleada en malos términos como por ejemplo, la pornografía, ligada directamente a la palabra sexo o frases comunes que le dicen los padres a los adolescentes: “el sexo es malo”.

En entrevista realizada con la Socióloga y profesora de la Universidad Central de Venezuela Jessica Blanco reflexiono sobre esta visión en el sentido común que establece una relación de práctica sexual con algo malo. En sus palabras esta expresa al mismo tiempo, una crítica y una recomendación:

“Los padres tienen que enseñarle y aclararle a los jóvenes que la práctica sexual no implica hacer algo malo ni sucio... Deben explicarles a través de artículos informativos y charlas cual es su significado y las diferentes connotaciones que existen de esta terminología, para así acabar con los mitos que rodean todo lo que involucra la palabra sexo y trascender más allá de lo relacionado con los genitales”. (Entrevista con la profesora Jessica Blanco, en mayo de 2011).

Cambiar estas formas de pensar y de expresarse sobre el sexo es una condición para que se establezcan otro tipo de relaciones, menos controladoras y castradoras y que los derechos sexuales sean reconocidos y practicados.

II.1.4. Educación sexual

Ante el cuadro preocupante que evidencia los prejuicios y que condenaría las nuevas generaciones a perder la salud sexual e social se ha puesto la atención en medidas preventivas de formación en el campo específico de la educación sexual.

Así Prosalud, una organización social sin fines de lucro define la Educación Sexual comprendiendo los siguientes aspectos:

“La Educación Sexual es el proceso vital mediante el cual se obtienen y transforman, formal e informalmente, los conocimientos, las actitudes y los valores respecto a la sexualidad en todas sus manifestaciones, que incluyen desde los aspectos biológicos ya aquellos relativos a la reproducción, hasta los asociados al erotismo, la identidad y las representaciones sociales de los mismos. Es especialmente importante considerar el papel que el género juega en este proceso”. (Prosalud, 2011).

“La Educación para la sexualidad debe ser entendida como un derecho de la niñez, la juventud y la población en general, ya que la sexualidad es educable y forma parte del potencial humano a desarrollar en la niñez y en la juventud. Una educación que no incluya la educación sexual, simplemente no puede llamarse educación integral”.

En nuestro país la Ley Orgánica de protección de niños, niñas y adolescentes (LOPNA) en su Artículo 50. De la Salud Sexual y Reproductiva expresa lo siguiente:

“Todos los niños y adolescentes tienen derecho a ser informados y educados, de acuerdo a su desarrollo, en salud sexual y reproductiva para una conducta sexual y una maternidad y paternidad responsable, sana, voluntaria y sin riesgos”.

“Por lo que, el Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar servicios y programas de atención de salud sexual y reproductiva a todos los niños, niñas y adolescentes. Estos servicios y programas deben ser accesibles económicamente, confidenciales, resguardar el derecho a la vida privada de los niño, niñas y adolescentes y respetar su libre consentimiento, basado en una información oportuna y veraz. Los adolescentes mayores de 14 años de edad tienen derecho a solicitar por sí mismos y a recibir servicios”.

Por su parte el Portal Web: Educación Sexual.Org (Abril/2011) se refiere a la educación sexual como “término que se usa para describir la educación acerca de la sexualidad humana, el aparato reproductor femenino y masculino, la orientación sexual, las relaciones sexuales, el uso de anticonceptivos, el sexo seguro, la reproducción y otros aspectos de la sexualidad humana”.

Y así como las anteriores, se encontraron definiciones y conceptos más y menos complejos, en cuanto a lo que el término compuesto de Educación Sexual se refiere:

“La Educación Sexual será el conjunto de aprendizajes que permiten el buen desarrollo de las capacidades sexuales, su coordinación con las demás facultades y la consecución de una buena interrelación con las otras personas que resulten estimulantes por su condición sexuada y sexual, consiguiendo altos niveles de espontaneidad y comunicación, y también de respeto y estima”. (BOIX, 1976, p. 116).

La idea de transmisión de conocimientos para contribuir al desarrollo integral del ser social se encuentra en organizaciones abocadas a debatir el tema como la America School Health citada por Kilander.

“Consiste en la enseñanza tendente a desarrollar la comprensión de los aspectos físico, mental, emocional, social, económico y psicológico de las relaciones humanas

en la medida en que afecten a las relaciones entre hombre y mujer". (KILANDER, 1973. p. 28).

"La Educación Sexual es la parte de la educación general que incorpora los conocimientos bio-psico-sociales de la sexualidad, como parte de la formación integral del educando. Su objetivo básico es lograr la identificación e integración sexual del individuo y capacitarlo para que se cree sus propios valores y actitudes que le permitan realizarse y vivir su sexualidad de una manera sana y positiva, consciente y responsable dentro de su cultura, su época y su sociedad". (EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO DEL INSTITUTO NACIONAL DE EDUCACIÓN SEXUAL: 1976. p. 14).

Se entiende entonces, que la educación sexual es el conjunto de aprendizajes establecidos por patrones de conductas adquiridos que permiten el desarrollo de las capacidades sexuales, la comprensión de los aspectos físicos, mentales, emocionales, sociales, económicos y psicológicos, así como su coordinación; lo que deja como consecuencia la interrelación con las demás personas que resulten estimulantes de la condición sexuada, consiguiendo de esta manera altos niveles de espontaneidad y comunicación, de respeto y estima.

Ello, con el propósito de lograr la identificación e integración sexual del individuo; capacitarlo para que se cree sus propios valores y actitudes, que le

permitan realizarse y vivir su sexualidad de una manera sana y positiva, consciente y responsable dentro de su cultura, su época y su sociedad.

II.1.5. Adolescencia

(El Diccionario de la Real Academia Española, pág.26). Define que adolescencia “etimológicamente proviene del vocablo latino “adolescere” que quiere decir, “comenzar a crecer”. Comienza cuando termina la pubertad y/o cuando culmina el desarrollo pleno biológico y espiritual del ser humano”.

Por lo que es en definitiva un periodo asignado por los cambios, la vitalidad, la energía, la explosión hormonal, los deseos, las pasiones, los desengaños, los vínculos fuertes con amigos, la identificación de grupos musicales con determinadas modas que lo caracterizan como grupo, como el uso de tatuaje o determinadas formas de hablar, y las críticas a los adultos, que en definitiva los convertirán a ellos mismo en adultos.

Para la OMS la adolescencia es un periodo desde el punto de vista cronológico comprendido entre los 10 y 19 años; con el fin de precisar el grupo poblacional para las estrategias de acción en salud adolescente.

Se hace evidente que durante la adolescencia, la sexualidad está marcada por el inicio de la pubertad, refiriéndonos a lo que el Diccionario de Medicina Oxford explica en cuanto al término adolescencia:

“Periodo del desarrollo entre el comienzo de la pubertad y la edad adulta. Suele empezar entre los 11 y los 13 años de edad, con la aparición de los caracteres sexuales secundarios y termina entre los 18 o 19 años con la adquisición de la forma adulta totalmente desarrollada. Durante este periodo el sujeto sufre grandes cambios físicos, psicológicos, emocionales y de personalidad” (DICCIONARIO DE MEDICINA DE OXFORD, pág. 12)

En el texto Adolescencia y Educación, escrito por Dina Krauskopf la autora señala que:

“La adolescencia constituye en nuestros tiempos, un periodo de la vida donde, con mayor intensidad que otros, se aprecia la interacción entre las tendencias del individuo y las metas socialmente disponibles”. (KRAUSKOPF, 1994, pág. 47).

Pero además de ser una etapa biológica es una construcción de la sociedad que define lo que es ser joven y sus atributos. No se puede considerar un fenómeno de naturaleza fija e inmutable, si no que, todo

estadio del desarrollo humano, es un producto de circunstancias histórico sociales.

A finales del siglo XVIII, empieza utilizarse el término adolescencia, anteriormente se hablaba solo de niños y adultos. Por lo que en la pubertad era el límite marcado entre ambas etapas. Así mismo durante mucho tiempo se enfatizó que la adolescencia era una fase universal de agitación e inestabilidad crítica del ser humano que precedía su ingreso en la edad adulta.

Al considerar la adolescencia dentro de un contexto histórico y social se está focalizando una trama de relaciones sociales que en cada sociedad identifican lo que es ser joven y la posición que en ella ocupa este grupo.

II.1.6. Cultura sexual

En la sociedad existe una concepción de la sexualidad patriarcal, sexista y machista, donde se delimita el lugar que debe ocupar el hombre y la mujer, en la cual no hay una cultura sexual ligada al placer. Si no una concepción hegemónica que está presente en nuestra cultura y es influenciada por la formación judeocristiana, que desde el punto de vista moral es una sexualidad castrada que se reduce a la reproducción y a su vez es vinculada estrictamente al ámbito del matrimonio heterosexual.

En el Portal Web: Xtec (Abril/2011)

“Somos seres culturales por excelencia; y la cultura es algo que se da y se define en la sociedad, y los individuos asumen y contrarían en mayor o menor medida en su proceso de socialización. El individuo se define y se posiciona frente a la cultura, cuando menos en parte. Por lo que respecta a la sexualidad, también.

La cultura sexual ha evolucionado históricamente a través de los tiempos, en las más diversas sociedades. También en la nuestra. Se ve sometida a condicionantes naturales y culturales de muy diversa índole: políticos, económicos, religiosos, éticos... Se manifiesta en cuestiones tan evidentes y dispares como la demografía o el lenguaje. Así es que la cultura sexual se presenta como algo muy diverso en nuestro mundo, tanto histórica como geográficamente. Tanto individual, como grupalmente”.

Según el Portal Web: Tu Guía Sexual (Abril/2011) “La sexualidad es el producto del desarrollo de una cultura y del ambiente que la rodea en primer lugar, en segundo lugar es el resultado de la actitud que se nos ha sembrado desde nuestra infancia con respecto al tema sexual, pero siempre ligada a la formación social y religiosa que define los marcos y límites del comportamiento sexual con sus normas y costumbres”.

Los estándares determinados por cada sociedad indican que el individuo es un ser netamente cultural, ya que hasta su sexualidad estará orientada y definida por el grado de formación y desarrollo social donde se desenvuelva la persona.

Para el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA, “Los comportamientos sexuales de los grupos poblacionales se encuentran netamente determinados por las apreciaciones que la cultura dentro de la que se desenvuelve el individuo, determinadas como correctas, permitidas o adecuadas. La cultura marca unas condiciones dentro de la sociedad” (pág. 82).

Tal vez la prostitución sea ejemplar en término de la relación sociedad y sexualidad. Ella es considerada "la profesión más antigua del mundo", y sin embargo no es aceptada por la sociedad; es mal vista, al igual que la diversidad de género que no es bien concebida dentro de la cultura sexual venezolana, acotó la Socióloga y Profesora de la Universidad Central de Venezuela Jessica Blanco.

A consecuencia de la sociedad patriarcal antes descrita, el machismo es aceptado dentro de las sociedades y es inducido por ellas en la niñez, la adolescencia, la escuela y la familia en las que todas apoyan el proceso de culturización justificando la percepción, de que el sexo masculino es y siempre será el más fuerte.

II.1.7. Tabú

En el libro “Tabú: la sombra de lo prohibido innombrable y contaminante”, el autor Vicente Domínguez, explica lo siguiente en cuanto al término tabú: “En todas las sociedades de todos los tiempos han existido tabúes. Y no siempre son irracionales o contra productores, como ha demostrado la antropología cultural, aunque es bien es cierto que con diferente fortuna” (DOMINGUEZ, 1994, pág. 37).

Domínguez elabora una definición de Tabú en la cual resalta la “condición de las personas, instituciones y cosas a las que no es lícito censurar o mencionar”. De esta manera, la transgresión de estas previsiones produce automáticamente sanciones o penas muy dolorosas o pesadas, que pueden estar establecidas explícitamente en códigos penales o asumidos tácitamente por la costumbre o la sociedad que las impone.

Por lo demás, “la sombra del tabú oscila entre lo sagrado y lo inmundo o lo puro, de modo que en el primer caso la transgresión resultara de la censura, crítica o desprecio de lo que se considera tabú, mientras que en el segundo caso el quebrantamiento de la interdicción con llevara ineludiblemente a la contaminación de todo lo que entre en contacto con o tabuado”. (DOMINGUEZ, 1994, pág. 41).

Según el Portal Web del Diccionario del Instituto Europeo de Postgrado (Mayo/2011): Tabú es un término polinesio que significa lo

“prohibido”. El concepto permite mencionar las conductas o acciones que están prohibidas o censuradas por un grupo humano debido a cuestiones culturales sociales o religiosas los tabúes suelen instaurarse sobre aquello que se considera antinatural la mayor parte de los tabúes surgen por la tradición cultural, aunque algunos también pueden desarrollarse a partir de los intereses políticos dominantes. Precisamente, fue el psicoanalista Sigmund Freud que escribió el libro “Tótem y Tabú algunas concordancias en la vida anímica de los salvajes y de los neuróticos” en el contribuyendo para una primera aproximación al tema de la presencia de tabús en las sociedades.

Un tabú, en definitiva, siempre representa una restricción al campo de acción de las personas. La sexualidad por ejemplo implica muchos tabúes, algunos muy extendidos y que resultan obsoletos en la actualidad como la homosexualidad y el sexo prematrimonial.

“Desde el punto social y con raíces en el pasado, se empiezan a formar mitos, fábulas, ficción alegórica a un tema y tabúes algo que no se puede hacer o lograr en torno a la sexualidad y al desempeño sexual de cada sexo, los cuales llegan aún hoy a nuestros días y mediatizan de forma negativa el disfrute de la sexualidad y marcan definitivamente el comportamiento sexual humano restringiendo así el disfrute de la misma”. Revista Cubana de Medicina Integral, 2002 pág. 17.

Antes del nacimiento se empiezan a gestar diferentes mitos y tabúes referentes al sexo entre hombres y mujeres. Por ejemplo de la mujer se tiene la concepción que debe ser dulce, cariñosa, afable, suave, pasiva y todo ello marca hasta sus juegos infantiles y profesiones futuras.

Antiguamente a la mujeres no se les hablaba de sexo, por ser considerado un tema “sucio”, de poca “clase”, por lo general no se les permitía acariciarse, ni mucho menos se les celebraban el tamaño de los genitales como al varón; lo que marcaba desfavorablemente la sexualidad femenina desde muy temprana edad.

Por su parte de los hombres el nivel de expectativa era mayor pues se espera independencia, agresividad, fortaleza física, que fuesen buenos trabajadores, fuertes a punto de no expresar sus sentimientos.

Al varón se le preparaba para enfrentarse al mundo exterior y a vicisitudes que la mujer “no sería capaz de afrontar”; asimismo se le exigía un mayor comportamiento sexual y con mayor disfrute, se le reforzaba la importancia del entrenamiento sexual. Lo que conlleva la aparición de mitos masculinos.

Para Jessica Blanco el placer, el cuerpo y la sexualidad son temas considerados tabú porque es algo que no se habla, no se dice y no se toca. Lo que genera un gran silencio en cuanto al tema de la sexualidad en la

adolescencia. Indica esta especialista en el tema que por ello los jóvenes se ven obligados a iniciarse sexualmente de forma prematura, influenciados por los pares sociales que ejercen presión (amigos, compañeros de la misma edad) sobre ellos.

Parece pues existir concordancia entre los autores que la sexualidad, lejos de ser un hecho natural, biológico es un fenómeno social y cultural sobre la cual recaen prenociones, un fuerte sistema de represión y control que ha sido capaz de producir situaciones traumáticas y críticas para los miembros de la sociedad que deben someterse a las reglas, convenciones que tienen por objeto el control de sus manifestaciones. Los jóvenes, grupo estudiado en esta investigación, aprenden y viven la sexualidad con esos contenidos.

II.2. Revista

II.2.1. Definición revista

Según el Portal Web Definicion (Octubre/2011) “Una revista es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet”

Actualmente se encuentran en el mercado revistas sobre una amplia variedad de temas, dirigidas a distintos tipos de público.

El contenido informativo, formativo y la periodicidad son las características del género de publicación conocido por revistas. Esta designa publicaciones compuestas por artículos, imágenes, gráficos, fotos.

Hoy en día hay revistas infantiles, femeninas, para hombres, de interés general, de espectáculos, deportivas, de análisis políticos, económicos y humorísticos, entre otras.

Por otra parte, en inglés se utiliza la expresión *magazine*. Esta palabra proviene del árabe *makhzan*, referente al *magazzino*, que en italiano se refiere a un lugar de almacenaje, que entre los años 1575-1585 toma relevancia con la venta de periódicos en bodegas o *magazzinos*, en que años posteriores (1640) se usó para nombrar a los novedosos seminarios europeos, hasta el nacimiento de la primera revista moderna *Gentleman's Magazine* 1731, que la adopta como su "categoría" entre las publicaciones impresas.

Estas publicaciones contienen textos variados que pueden ser semanales, mensuales, trimestrales, entre otros. Los contenidos que se encuentran dentro de la revista en algunas circunstancias funcionan como una fuente de ayuda en diversos temas. Las mismas algunas veces son a color o en blanco y negro, además tienen formatos, como: el alto y ancho de la revista, la tripa (lo que se encuentra dentro de la revista), mancha (información que se vacía en las páginas), el lomo de la revista tiene dos tipos de presentación, engrapadas o encoladas.

Olivera y Vargas en el Trabajo de Grado: “Osadía Diseño e implementación de una revista venezolana para mujeres emprendedoras”, explica sintéticamente que la revista es

“una publicación periódica generalmente financiada por publicidad o por los lectores, que es editada por año y en los que se entregan datos útiles sobre el clima, las comunicaciones, la población y otros temas informativos y en algunas ocasiones prosas literarias y poemas de breve extensión. Su finalidad es amenizar el ocio de los lectores y entretener en algunos casos”. (OLIVERA, VARGAS, 2010, pág. 5).

Esta presentación por la autora de la finalidad de la revista no responde a una infinidad de publicaciones científicas, informativas que son editadas con la intención de divulgar conocimientos, abordar temas novedosos, polémicos y crear opinión entre un público con alto padrón de exigencias.

La revista al igual que el periódico, cuyo nacimiento fue similar no se quedó sólo como versión impresa. Éste invade los espacios del internet, ya sea como magazine digital o como apoyo a su publicación física, ya que la red permite mayor interacción con el público, movimiento y originalidad en el diseño.

Ellas pueden ser gratuitas o con un precio específico. Los artículos poseen vigencia en el tiempo a diferencia de los diarios, suelen conseguirse en kioscos y librerías.

II.2.2. Origen de la revista

La publicación de revista se fue consolidando como una actividad altamente rentable a medida que transcurría el tiempo; su consumo se fue haciendo más diverso pero también más especializado. El surgimiento de las revistas se desarrollo en paralelo con los periódicos y es hoy día uno de los medios escrito más vendido, diversos y consultados tanto por jóvenes como por adultos.

A continuación se presenta la evolución histórica de la revista desde su aparición, tomando como fuente bibliográfica el libro de Yolanda Zapatterra Diseño Editorial: Periódicos y Revistas.

105: Se inventa en china el papel gracias al procesamiento de los residuos de seda, lino, arroz.

Principios del S. XV: Empieza la era de la publicación gracias a la unión de los escritores profesionales y los monjes.

1450: Johan Gutenberg logra en Alemania la creación de la imprenta móvil, realiza la impresión de 180 ejemplares de la llamada *Biblia de Gutenberg*, aunque hay quienes sugieren que el primer libro publicado por Gutenberg se realizó en 1449 y fue el *Misal de Constanza*.

1457: En Núremberg se imprime lo que se considera el primer periódico de la historia, el *Gazzete*. También Johann Frust, ayudante de Gutenberg, desarrolla la impresión a color y la utiliza en el *Mainz Apsalter*.

1476: Se imprime el primer libro de habla inglesa, *The Recuyell of the Historyes of Troye* por William Caxton, gracias a la puesta en marcha de una empresa a su nombre en Colonia, Alemania.

1486: En Inglaterra se imprime el primer libro ilustrada a color del mundo.

1501: La tipografía cursiva nace gracias a Francesco Griffo y se usa por primera vez en un libro de Virgilio.

1605: Aparece el primer semanario de la historia en Estrasburgo.

1663: Nace la primera revista, la *Erbauliche Monats-Unterredungen* (Discusiones mensuales edificantes).

1709: Se aprueba en Inglaterra la Copyright Act (Ley de Propiedad Intelectual), nace la *Taltler*, la primera revista de gran tiraje en el mundo.

1731: También en Inglaterra, se publica la primera revista moderna de la historia, *The Gentleman's Magazine*, y en ella se conjugaban noticias, ensayos, crónicas, poesía y efemérides.

1741: Mientras tanto, en Estados Unidos, Benjamin Franklin plantea la primera revista americana, *General Magazine*, mas por sólo tres días *American Magazine* se le adelanta.

1785: Nace el diario *Times* en Londres, Inglaterra.

1828: Se publica en Estados Unidos *The Ladies' Magazine*, la primera revista exclusiva para el público femenino.

1851: Sale *The New York*

1867: Se publica la primera revista japonesa, *Seiyo- Zasshi*, en su traducción en español *La Revista Occidental*.

1886: Nace *Cosmopolitan*, una revista exclusivamente para mujeres

1900: Se estima que sólo en Estados Unidos ya hay publicadas de 1800 revista.

1912: *Photoplay* se lanza en Estados Unidos, como primera revista para los aficionados al cine.

1923: Se publica la revista *Times*, también es Estados Unidos.

1933: *Newsweek* sale a circulación. Es conservadora y se reconoce por ser la revista de mayor venta, debajo de la revista *Time*.

1955: Playboy, la polémica revista, irrumpe en el mercado con sus contenidos atrevidos. Fue fundada en 1953, y su primera edición es muy famosa ya que la portada fue Marilyn Monroe.

1967: El boom de la revista especializada tiene su clímax con Rolling Stone en Estados Unidos, dirigida a los amantes de la música y el rock and roll

1969: Andy Warhol lanza la revista Interview.

1970/ 1980: Se desarrollan los Softwares necesarios para el uso posterior del Word Wide Web, como también distintos programas de edición y diseño.

1985: Sale a circulación la portada más famosa de la revista The National Geographic, el retrato de una joven refugiada de Afganistán de bellos ojos verdes. Su imagen pasó a ser mundialmente famosa. Después de la invasión liderada por Estados Unidos a ese país, se realizó una búsqueda de la joven. Fue identificada en el año 2002 como Sharbat Gula.

1987: Nace el programa QuarkXpress.

1988: Thomas Knoll y su hermano, John Crearon Display, un programa piloto que 6 años más tarde, mutaría a lo que se conoce como desde 1996 Photoshop.

1990: Se desarrolla la World Wide Web, Internet.

1994: Nace Glamour en Italia. Lo interesante de esta revista es que se convierte en la pionera del uso del formato A5.

1996: Se funda la revista La Guimalda Polar, la revista electrónica de cultura latinoamericana en Canadá. Se empieza a usar el término "redvista", por el uso de la red de internet.

2002: El grupo editorial Hachette Filipachi comenzó con la digitalización de sus revistas. Tendencias a la que se unieron el resto de los principales grupos editoriales. Como RBA Revista, G+J, Grupo Zeta y la popular ¡HOLA!.

2006: Internet alcanzó los mil cien millones de usuarios. Se prevé que en 10 años, la cantidad de navegantes de la red aumentará a 2.000 millones.

2007: Goodmagazine.com Publica una lista de las 51 mejores revista de la historia. Se puede ver la lista en la dirección web:<http://www.good.is/post/the-51-best-magazines-ever/>.

2009: Los lectores de revista en web aumentan tan drásticamente que muchas de las conocidas revistas impresas cierran sus imprentas para dedicarse a la publicación online, entre ellas la revista Fem, México.

Desde sus orígenes hasta la fecha la revista ha evolucionando como medio escrito, sin importar el propósito del tipo de revista que sea, solo debe cumplir con ciertas características que permiten sustentar cada ejemplar, sin dejar de lado la particularidad de cada uno. Regidos esencialmente por un formato donde sus diseñadores y editores tienen mayor libertad en relación a las demás publicaciones escritas, ya que no han fijado ningún estándar en cuanto a tamaño tipo y extensión que no los deje funcionar.

II.2.3. Tipos de revista

Castejón (1986) en su trabajo “Revistas: Periodismo no Diario” clasifica los tipos de revista en seis grupos:

- Por su temática: se refiere a la orientación informativa que adopta una publicación, influyendo así en los temas que se tratarán en la revista. De acuerdo a la temática se divide en:
 - ✓ Información General: como lo indica su nombre, se refieren a cualquier tipos de temas.
 - ✓ Especializadas: son las que se enfocan hacia un área en específico como: política, cultura, deportes, espectáculos, sucesos, literatura, salud, etc.

- Por su periodicidad: se refiere a los lapsos de tiempo en los que serán publicadas, pueden ser anuales, trimestrales, bimensuales, mensuales o semanales.
- Por su orientación: determinada de acuerdo al objeto de interés de la publicación, se divide en:
 - ✓ Periodísticas: es el tipo de publicación que tiene como fin informar sobre hechos y temas de actualidad.
 - ✓ Comerciales: son las revistas utilizadas como medio publicitario con la finalidad de vender algo, su orientación es hacia el área de mercadeo y ventas.
 - ✓ Institucionales: son las que cubren los asuntos internos de una empresa. Generalmente se utiliza de forma interna, pero puede salir al público en general con el fin de dar a conocer la institución.
 - ✓ Gremiales: son aquellas que cubren información relevante acerca de un gremio específico, sobre las actividades que se están realizando en el campo laboral, profesional, etc.
- Por su circulación: depende del área de distribución de la revista, pueden ser internacionales, nacionales, regionales, locales, etc.
- Por su tendencia: de acuerdo a la inclinación del contenido y los géneros periodísticos. Se dividen en: informativas, interpretativas, de opinión, técnicas, de orientación y mixtas.
- Por su presentación: depende del cuerpo de la revista, es decir, del aspecto gráfico que esta posea. De este modo, se dividiría en:
 - ✓ Gráficas o Ilustradas: predominan las ilustraciones representando el elemento informativo más importante.
 - ✓ De texto o no ilustradas: su característica básica es el texto corrido, las ilustraciones están en segundo plano y se utilizan como elemento secundario.

- ✓ Balanceadas: son las que propician un equilibrio entre las ilustraciones y el texto, siendo ambos elementos valiosos para la publicación.

II.2.4. Partes de la revista

- Portada

La portada es el rostro del magazine, es su parte fundamental, lo que creará la primera impresión al lector. Chris Foges afirma que “el contenido es lo más importante de una revista, sí, pero sin una buena portada, los lectores nunca lo sabrán” porque sencillamente no comprarán una publicación que no los impacte visualmente. (FOGES, 2000, p. 52).

Ella debe impresionar al lector, llamar su atención por ser diferente a las demás en cada edición, pues como sugiere Foges “la portada debe convencer al lector de que el ejemplar que pagan este mes es muy distinto del que pago el mes anterior, y muy distinto de lo que ofrece la revista de al lado” (FOGES, 2000, p. 53).

Señala que en toda publicación hay dos tipos básicos de portadas, las que muestran una imagen simple e icónica (de una persona u objeto) y otras que presentan imágenes más complejas y detalladas que requieren un determinado estudio antes de apreciarlas y comprenderlas.

Por lo que en todo caso, la portada debe contener ciertos elementos como el nombre de la revista, los titulares del contenido, el número, mes, año, imagen, precio, etc.

- Lomo

Según Yolanda Zappaterra en su libro *Diseño Editorial: Periódicos y Revistas*, es la pequeña franja que actúa como columna vertebral de la revista, la cual es ignorada frecuentemente tanto por los diseñadores, como por los editores. Es decir, el lomo o la encuadernación vendría siendo la parte lisa que une todas las páginas de una revista, y puede incluir algunos detalles de la misma como el logo, número y fecha de edición e incluso una lista resumida de lo que hay dentro de la misma.

En la actualidad, el lomo se ha convertido en una manera de vender las publicaciones, ya que se procura que el lector transforme su hábito de esporádico a habitual; armando cierto tipo de imagen en los lomos de las distintas ediciones de la revista, obligando al consumidor a comprar todas las ediciones, para así completar lo que se definiría como una colección.

- Contraportada

Como su nombre lo indica, la contraportada es la parte posterior a la portada de la revista. Asimismo, Chris Foges (2000) explica que la mayoría de las revistas venden la contraportada a anunciantes, sin embargo aquellas que sacrifican esos ingresos extras y utilizan ese espacio con una finalidad editorial se destacan del resto. Por lo que, se puede vender el espacio a anunciantes publicitarios o se puede integrar la contraportada al diseño general de la revista.

- Corondel

Es el espacio vertical en columnas, pero sucede también con las imágenes horizontales. Deben medir 0,5 milímetros entre cada columna, todo dependerá del diagramador.

- Columnas

Según el Manual de Diseño Diagramación, Román (2007), dependiendo de la cantidad de columnas que se necesitan e las publicaciones estas pueden ser entre una, dos, tres, etc. Estas son cuadros verticales que se exponen dentro de una estructura periodística. El tamaño de las columnas también dependerá del tipo de diseño.

Dentro de este elemento también se encuentra la cuadrícula, plantilla y rejilla, que son trazos horizontales que son necesarios dentro de la diagramación y combinación con las columnas forman la ubicación de los elementos del diseño. Las columnas tienen un fin último, ser utilizadas para organizar y trabajar mejor el texto, además de utilizarla para la unión del tipo de letra y tipografía.

- Caja

El mismo Manual define que esta es el espacio real y limitante, donde se diagrama y se acomodan los elementos de la página. Un ejemplo de ello es que en el programa Microsoft Publisher, la caja del documento aparece delineada por un cuadro azul dentro de la página, lo que permite que el texto este y se presente organizado.

- Márgenes

Son los espacios que se encuentran en el borde de las páginas, (izquierda, derecha, arriba, abajo), varían según el diseño y diagramación de la publicación.

- Contenido de la revista

Dentro de toda publicación periódica debe existir una secuencia que es marcada por el diseñador o diagramador. Titulación, logotipo, sumario, texto, ilustraciones, son formatos evidentes a medida que van siendo impresos y le dan uniformidad y simetría a la mancha sobre el papel. A medida que se van colocando cada una de ellas, el diagramador va a colocarlas de acuerdo a sus criterios de diseño y originalidad.

- Titulación

Nombre que se le da al texto, como el enfoque visual y llamativo de lo que se quiere mostrar al lector. Las titulaciones no deben tener más de diez palabras. Están acompañadas de un antetítulo, que vendría siendo el abrebocha de lo que continúa en la publicación. Asimismo, estos pueden contener subtítulos que separen un texto del otro, para marcar una idea o complemente el texto.

- Logotipo

En lo relacionado con el logotipo Rueda explica que este constituye la “Representación gráfica, que puede basarse en caracteres gráficos o en un diseño especial. El logotipo de las revistas suelen ser diseños fijos, aunque algunas hacen caso omiso a de esta convicción, no dejan de ser distintivas y reconocidas, gracias a la calidad de su diseño. Los logotipos tienen su importancia ya que son la firma de la revista”. (RUEDA,. 2006, pág. 25).

El logotipo es una herramienta que siempre procurará lograr la adecuada comunicación del mensaje y su correcta interpretación por parte del público al cual está dirigido.

Por otra parte Jörg Zintzmeyer afirma en su libro "Logo Design" dice "el logo no es en sí mismo una marca: es una forma de expresión...La marca ha de ofrecer lo que el logo promete". (ZINTZMEYER, pág. 25).

Por lo que, el logotipo finalmente es la representación que engloba la identidad visual y marca presencia en el mercado, bien sea de una empresa, institución, persona o producto.

- Sumario

El sumario es utilizado para resumir al lector el contenido de cualquier publicación. Se ubica justamente después de la titulación. Como dice Rueda (2006) es de suma importancia que el diagramador le dé al texto una identidad para que la revista o cualquier otra publicación pueda ser atractiva para el lector.

Por otra parte Foges señala que pueden ser una o dos páginas dedicadas a resumir al lector el contenido del magazine y en dónde podrá encontrar cada artículo de la misma. También puede incorporar una sección de créditos, donde se nombra a las personas y sus cargos en la revista, con detalles para contactar con ellas. Puede incluirse información o comentarios sobre sus colaboraciones, imágenes y, en algunos casos, puede encontrarse también la columna editorial junto a alguna información para suscriptores.

II.2.5. Formato de revista impresa

Consiste en el tamaño final de la publicación. Este tema se relaciona con el papel de impresión, la comercialización del papel y en paquetes denominados resmas.

Román (2007) define el formato como el “Tamaño o áreas de la hoja de papel, donde va a ser impreso nuestro diseño. Existen muchos formatos de acuerdo a la necesidad del usuario como libros, revistas periódicos, manuales, afiches, broshures, Por lo general, se denomina también en pulgadas: por ejemplo 8.5”X11” si es formato carta”.

Asimismo referidos al tipo de papel que es utilizado dependiendo de lo que se quiere publicar, para ello existen diferentes formas, tamaños, gramajes, texturas, para la impresión de las mismas, entre ellos encontramos citando a Cumpa Gonzáles (2002):

Glasé

- Gramajes: 150, 200, 250 y 300.
- Características: Papel recubierto con una capa de material permeable y brillante
- Usos: Volantes publicitarios, portadas de CD, revistas, sobre, certificados, diplomas, tarjetas de invitación y presentación.
- Brillante
- Usos: se utiliza generalmente para las restituciones a la calidad fotográfica.
- Gramajes: Des 90 gr hasta 350 gr.

Bond

- Gramajes: 60, 70, 75, 90 y 115.
- Características: absorbente difícil secado.
- Usos: papelería comercial, blocks, sobres, volantes.
- Esmaltados y no esmaltados.

- Gramajes: 90, 115, 150, 200 y 2490
 - Características: óptima blancura, rápido secado.
 - Usos: literaturas, plegables, folletos, tarjetones, revistas, afiches, calendarios, etiquetas.
- **Cartulinas**
 - Calibres: 14.4, 16,18, 20 y 24.
 - Gramajes: 250, 280, 300, 320.
 - Características: ecológicas, mayor estabilidad, blanco duradero.
 - Usos: caja plegadizas, POP, carpetas, carátulas.
- **Papeles Finos:**
 - Gramajes: 90, 120, 180, 220.
 - Características: varios colores, texturados, óptima impresión, secado lento.
 - Usos: expresión social, informes de gestión, menús, papelería fina, brochures.
 - Adhesivos: mantequillas, seda, parafinado, corrugados, papel Biblia, acuarela.
 - PCV, Yupo, poliestireno, metalizado.

En las empresas litográficas venezolanas clasifican los formatos de la revistas según el pliego de papel. Es decir, según el ancho del folio del papel pueden ajustar la medidas según su clasificación de formatos hecha por el Instituto Alemán de Normalización (DIN en sus siglas en alemán), siendo medidas estándar un tamaño A4 u oficio. Dentro de ese rango de medidas está el tamaño común empleado por las revistas nacionales.

II.2.6. Mancha

Es la información que es vaciada en el papel sean revistas, periódicos, folletos o cualquier publicación. Texto, imágenes expuestas de forma simétrica o asimétrica dentro de las publicaciones, pueden o no tener color (blanco y negro o otros colores).

En ésta área es donde se trabaja la diagramación de la hoja. En la revistas, la mancha se determina a conveniencia del diseñador jefe a diferencia de los periódicos que deben cumplir una pauta estándar de diagramación para ser legible al lector.

Dentro de la mancha se realiza el diseño de la página y puede variar según las necesidades del diseñador. Cada página tiene su propia mancha y su propio estilo de diagramación, más sin embargo, busca una personalidad para simplificar su estructuración y diseño en nuevas ediciones.

Entonces podemos desglosar en rasgos generales la definición y terminología empelada para referirse a una revista. Que más allá de ser una publicación periódica, tiene sus características que la diferencia de otras publicaciones y representa una personalidad, un estilo, en su desarrollo estructural y creativo.

II.3. Diseño

II.3.1. Fundamentos del diseño

Según una frase de Paul Rand expuesta en el Portal Web <http://dg-comunicacionvisual.blogspot.com> (Julio/2011), “El diseño es el método de juntar la forma y el contenido. El diseño es simple por eso es tan complicado”.

El diseño es la organización de materiales y proceso de la forma más productiva, en un sentido económico, en un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función (L. Moholy Nagy, 1938). Así, el diseño se constituye como una actividad técnica y de creación, que esta inclinada hacia la creación de un proyecto.

Conociendo que de una raíz etimológica, el diseño representa creación y el proceso para lograr un resultado que se evalúe como un servicio, medio u objeto, todo gracias a la técnica del dibujo.

El diseño es mucho más que dibujar por el mismo hecho de hacerlo éste es una conjunción de elementos y fundamentos que mediante la percepción de los sentidos, logra emociones.

Después de estudiar y teniendo conocimiento del diseño, podemos decir que en esta tesis será empleado el uso del diseño, y de los demás elementos comunicación visual, para producir una revista con una especificaciones claras. Por eso sugerimos matizar las definiciones clásicas del diseño para llevarlo a la realización de una revista lo cual significa hablar en específico del cómo será diseño editorial.

II.3.1.2. Elementos Conceptuales del Diseño

- **El punto:** se constituye como el inicio de todo proyecto. Según Vassily Kandinsky, (2002) el punto es el elemento plástico básico, no es un ente material, sino que al reclamar cierta superficie sobre el plano materializa, posee sus límites, sus tensiones internas y comienza a vivir como ente autónomo; en él se encuentran el embrión de la línea y el plano, pero se lo percibirá como punto si en relación con el plan que lo contiene y los elementos que lo rodean, su tamaño es adecuado a la percepción del punto.
- **La línea:** La línea es una sucesión de puntos que genera dinamismo y dirección en la composición. Nunca es estática y hay autores que la definen como un punto en movimiento.

Según, Scott Van Dyke en su libro “De la línea al diseño: Comunicación, diseño y grafismo”, “el uso rápido y significativo de la línea es esencial para la comunicación en el diseño-grafismo. En principio se piensa en la línea como un borde o un contorno, pero la línea puede describir una variedad de elementos. Es la base mayor de las comunicaciones graficas” (VAN DYKE, 1986, pág. 27).

Para Van Dyke la clasificación de las líneas es importante y destaca cinco concepciones de ella, a saber:

- Línea recta
- Línea curva
- Líneas paralelas
- Línea continúa

- Línea implícita

Las líneas constan de variaciones importantes como su peso, él ángulo, dirección. Hablando de su dirección las líneas pueden generar sensaciones de fuerzas y soporte como las líneas verticales, mientras las líneas horizontales emulan serenidad y calma.

- **La unidad:** “El termino unidad sugiere una visión global en el diseño; es el paño alrededor del cual se entreteje la totalidad del diseño. La unidad es un medio a través el cual puede mantenerse en orden entre los elementos” según” (VAN DYKE, 1986, pág. 32).

Para lograr la sensación de unidad, existen según Van Dyke dos formas claves de muestra de orden; la primera es el enfoque modular, donde se usa como elemento central la repetición dentro del plano de varias figuras geométricas; la segunda es el enfoque cuadricular, en el cual se basa en la división del modelo continuó y forma entre los elementos cuadrados y rectángulos.

II.3.1.3. Elementos Visuales

- **Las formas:** Es otro principio básico del diseño el cual representa el volumen, en algunos casos las tres dimensiones del diseño: largo, ancho y profundo. La conjunción de formas logra la unidad de los elementos en el plano, y son estas las que le dan dinamismo a la composición.

“Hay tres maneras de que la forma realce su disposición. Primero, la forma ayuda a sostener interés del

lector. La forma se puede utilizar para romper hacia arriba la página que contenga mucho texto. En segundo lugar, la forma se utiliza para organizar y para separarse. Una parte del texto se puede poner en una forma con un fondo colorido y agregará variedad a la página”. (PORTAL Web fotonostira, 2011).

- **La escala:** Es el marco referencia entre la unidad y la proporción de la composición. Según Van Dyke, es una relación armónica entre los elementos. La escala normalmente se usa en cartografía, planos, mapas, para poder representar una medida proporcional al tamaño real.
- **La proporción:** Está directamente relacionado con la escala. Es la decisión entre la medida vertical y horizontal. “Cuando los elementos del entorno son desproporcionados, hay una ausencia de armonía entre los aspectos horizontales y vertical dentro del diseño. La comprensión de las proporciones y su aplicación al proceso de diseño-grafismo puede ayudar a desarrollar ideas rápidas y eficazmente, sin apelar al uso de escalas medidas” (VAN DYKE, 1986, p. 42).
- **El equilibrio:** Está ligado a la definición de unidad. Es el principal factor que logra la armonía sustancial en la cuadrícula de la composición. Éste se relaciona con respecto a la cantidad de elementos que hay en el proyecto, y la percepción de ellos en el ojo humano.

“Como medición del peso de las formas y líneas que utilizamos en una composición, se observa la importancia que tiene los objetos dentro del diseño o creación que queremos representar intentando equilibrar

los elementos de mayor importancia con los de menor importancia, y los de mayor peso con los de menor”.
(PORTAL Web fotonostra, 2011).

- **La direccionalidad:** Es el sentido en el que se desarrolla el diseño, que va directamente relacionado con las dimensiones del mismo: largo, ancho y profundo. La dirección del diseño, crea énfasis entre un elemento y otro, y se utiliza para sobreexponer o caso contrario, ocultar creando sensación de profundidad o cercanía.
- **La textura:** Es aquella que sugiere una sensación táctil a alguna superficie. “La comparación de las características de texturas de los objetos son base fundamental de la comprensión y la aplicación de la textura del diseño” (VAN DYKE, 1986, pág. 55).

Así, confirmamos la premisa de que el diseño es parte fundamental de cualquier publicación, pues logra conjugar el contenido con lo gráfico de manera tal que pueda lograr despertar emociones en los lectores y se cumplan los objetivos planteados por el editor.

II.3.1.4. Tipografía

Desde miles de años antes de Cristo, ya se hacían escrituras en piedras y se dibujaban imágenes que relataban las vivencias, los jeroglíficos egipcios, los griegos, los fenicios e incluso el ser humano de la prehistoria usaban signos, lo que es una muestra de que la tipografía no es un

descubrimiento o invento de esta época, sino que data de la utilización de ella como medio de comunicación.

Rueda define la tipografía como “el esqueleto sobre el cual reposa la carne de la maquetación y visualmente, quizás sea un aspecto más importante que combinación de portada, ilustraciones o compaginación”. (RUEDA, 2006, pág. 37).

En cuanto a la tipografía Romana (2007, pág. 58) la clasifica en: Familias y tipos.

- ✓ Familia: “agrupación de varios tipos de letras cuyas características coinciden o son similares”
- ✓ Tipo: “el modelo o diseño de una letra determinada”

Entre ellas se pueden encontrar las romanas, góticas, latinas, egipcias, grotescas e inglesas. El modelo serif es el que le da una forma diferente a las letras, que también se diferencian de las sans serif.



Serif

Adornos o remates

San Serif

Fuente: <http://www.cosassencillas.com>

Estos tipos de familia tienen una característica según Cumpa González “el modelo serif es considerado más legible, serio, conservador, ortodoxo, tosco, estático”. (CUMPA GONZALES, 2002, pág. 13).

Cumpa González señala que “los tipos expresan un significado de acuerdo con su forma natural: delgadas, regulares, gruesas. Estas características luego sirven para identificar los estilos: blanca (light), ultra light, normal, bold, extra-ultra-demi bold, heavy, black; es decir su contextura le asigna un carácter que luego es considerado como criterio para el diseño. La pesadez, el dinamismo, la simpleza, la elegancia, la fragilidad, son conceptos que se les asigna para darles un valor connotativo”. (CUMPA GONZALES, 2002, pág. 18).

II.3.2. El color

Para comprender la importancia del color, es imprescindible partir desde el proceso biológico del ojo, Luciano Moreno (2004) en su artículo web “Como el ojo puede detectar y clasificar los colores que le llegan” define:

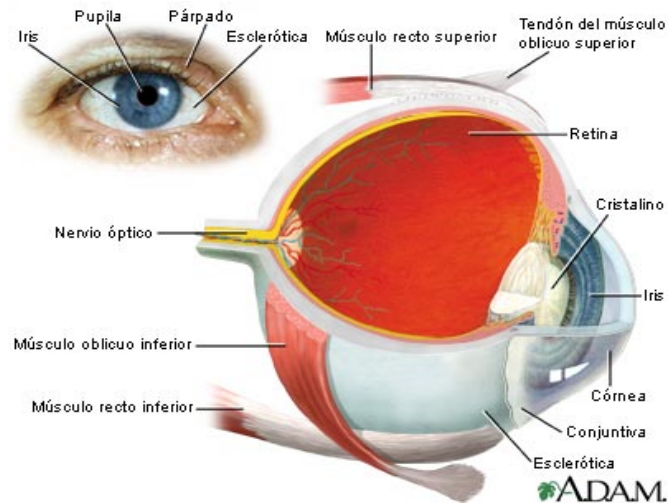
“En el fondo del ojo existe millones de células especializadas en detectar las longitudes de onda procedentes de nuestro entorno. Estas maravillosas células, principalmente los conos y los bastoncillos, recogen las diferentes partes del espectro de luz solar y las transforman en impulsos eléctricos”, los cuales, mediante los nervios ópticos son enviados al cerebro el cual es el encargado de crear la sensación de color” (MORENO, 2004)

Por otra parte según el Portal Web: Profesor en Línea (Noviembre/2011), fue Isaac Newton (1641-1727) quien tuvo las primeras evidencias en 1666 de que el color no existe.

“Encerrado en una pieza oscura, Newton dejó pasar un pequeño haz de luz blanca a través de un orificio. Interceptó esa luz con un pequeño cristal, un prisma de base triangular, y vio (percibió) que al pasar por el cristal el rayo de luz se descomponía y aparecían los seis colores del espectro reflejados en la pared donde incidía el rayo de luz original: rojo, naranja, amarillo, verde, azul y violeta”. (PORTAL Web Profesor en Línea, 2011).

Con ello se pudo establecer que la luz blanca, presente en todas partes, al chocar con algún cuerpo refleja los colores que percibimos con el sentido visual.

Lo que lleva a concluir, que “el color está en la luz, o bien que la luz es el color”. Debido a que el color es una sensación que se percibe gracias a la existencia y naturaleza de la luz, y a la capacidad de los órganos visuales para transmitir dichas sensaciones al cerebro.



Fuente: elcuerpohumanoen.blogspot.com

En el libro *Clasificación del color*, Cumpa Gonzáles (2002) clasifica los colores de la siguiente forma:

- El color denotativo: se refiere a que nuestros ojos perciben de manera natural, directa, el mundo real.
- El color connotativo: corresponde a valores que no son perceptibles fisiológicamente. E esta relación con el aspecto subjetivo de la percepción, emana sensaciones de calma, sosiego, calidez, tristeza, alegría, dinamismo y paz.
- El color esquemático: está referido a la capacidad de simplificación que se puede hacer de una cantidad inmensa de colores a un reducido conjunto al que se puede asignar valores reconocibles en un contexto más o menos amplio.

Color denotativo	Icónico	Representación o realismo
------------------	---------	---------------------------

	Saturado Fantasioso	
Color connotativo	Psicológico Simbólico Estético	Emotividad o carisma
Color esquemático	Emblemático Señalético Convencional	Funcionalidad y codificación

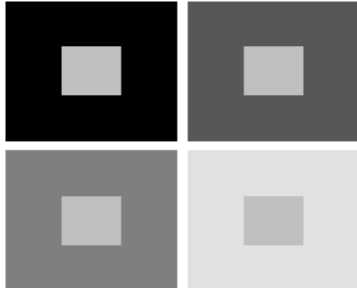


Fuente: knowhowcomunicacion.blogspot.com

Existe también una clasificación universal de los colores: colores luz y colores materiales o pigmentos. Los primeros son el naranja, verde y violeta, que al unirlos en lo denominado mezcla aditiva, obtiene como resultado la luz

blanca; mientras que los segundos son cyan, magenta y amarillo, y al mezclarlos se produce el color negro, lo que se conoce como mezcla sustractiva.

II.3.2.1. Contraste

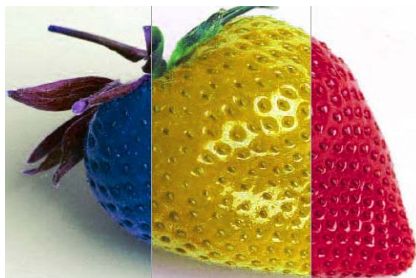


Fuente: www.desarrolloweb.com

En el libro (*Modos de ver*, John Berger 1994, pág. 62). Explica que, “El contraste se produce debido a las diferencias entre las formas, siendo esto la base de la percepción de la forma”.

Para Wucius Wong en su libro (*Fundamento del diseño* 1995, pág. 29). Afirma que este elemento es una forma de comparación en la que las diferencias se hacen clara en dos formas pueden ser similares en algunos aspectos y diferentes en los otros. Sus diferencias quedan enfatizadas cuando hay contraste.

II.3.2.2. Tono

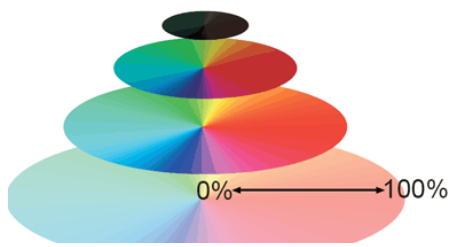


Fuente: <http://www.aloj.us.es/galba/>

Es la intensidad de la claridad o de la oscuridad que posee un objeto visual, Susan Berry y Ludy Martin, en su libro *Diseño y color* explican que “al comparar dos colores, uno al lado del otro, el aspecto que más impresiona es la diferencia entre ellos”. (BERRY y MARTIN, 1994, pág. 15) Un

ejemplo de este es el Arco Iris, donde se muestra la secuencia completa de las tonalidades.

II.3.2.3. Saturación



Fuente: <http://www.proyectacolor.cl>

Berry y Ludy Martin (1994).

La saturación es también conocida como intensidad cromática, que indica el grado de pureza o concentración de un color. De esta forma al comparar dos colores, un color puede parecer más o menos más vivo que otro según Susan

También afirma que la saturación abarca desde la pureza de los colores del arco iris, hasta una superficie negra gris o blanca totalmente incoloro.

II.3.2.4. Atraer la atención

Berry y Martin (1994), aseguran que el diseñador tiene poco tiempo para lograr captar la atención del espectador, ya que a pesar de que el ojo puede alcanzar un área amplia, el foco de ese campo de visión es muy pequeño. Aunado a eso, se espera que el diseño específicamente de revista, en una imagen o color “despierte un 40% más de interés que una visión comparable monocromática o en blanco y negro”. Así afirman en el libro ya citado que el tiempo que tardamos en buscar y encontrar algo que nos llame la atención no supera los seis segundos.

II.3.2.5. Mantener la atención

Berry y Matin (1994), afirman que “La mera presencia del color genera interés visual: las palabras e imágenes coloreadas se consideran mucho más

atractivas e individuales que otras similares en blanco y negro”. (BERRY y MARTIN, 1994, p. 31). Aunque no debe olvidarse que otros aspectos como el público, el tamaño de la imagen y donde es publicada, creyendo que sólo con tener color, ya cumplirá con la finalidad primaria.

II.3.2.6. Transmitir información

Es muy poco el tiempo que tiene el diseñador para lograr captar la atención del espectador, en el preciso momento en el que esa atención es captada por el color, éste debe “comunicar satisfactoriamente el carácter y el contenido relevante de un objeto o una imagen” (BERRY y MARTIN, 1994, pág. 42).

II.3.3. Diseño editorial

El diseño editorial es una forma de periodismo visual que tiene como finalidad comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes, de palabras como elementos visuales.

Yolanda Zappaterra (1998), explica que la función del diseño, es dotar de expresión personalidad el contenido, atraer y retener la atención de los lectores. Al fin y al cabo, el diseño editorial se comprende de una serie de innovaciones estilísticas, que e en algunos momentos de la historia han logrado captar el espíritu de una época, la opinión de alguien o alguna empresa, sino que reflejan el ahora de la sociedad.

Dado que el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales el diseño editorial se fundamenta para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador real. Hay que prestar especial atención al diseño exterior de una publicación, sea una revista, un periódico o un libro, ya que la tapa, la contratapa, solapas, faja, sobrecubierta, lomo, título, son determinaste para que una persona se decida o no por una publicación.

Si bien el contenido es fundamental, el éxito en el mercado editorial depende en gran medida del diseño externo de una publicación ya que esta puede captar la atención del futuro comprador. Información extraída del portal web bookdesingonline (Abril, 2011).

II.3.3.1. Tipos de publicación

Hay múltiples tipos de publicaciones a la hora de hablar de diseño editorial. La jerarquía pone a los periódicos y revista en la cima de la pirámide, pero es importante conocer algunos tipos de publicaciones que correspondes a formas editoriales, según el lineamiento de Zappaterra (1998).

- Periódicos: un periódico es un medio de comunicación que actúa como transmisor de ideas y noticias. Se denomina así por su periodicidad que se refiere al tiempo con el cual circula.
- Suplementos: un suplemento es un encartado ilustrado que comúnmente se encuentra dentro de un periódico o diario, de menos páginas que una

revista. Su nombre lleva consigo la finalidad de su creación, suplen, llenando las expectativas de los lectores con temas variados que no suelen tocarse con profundidad dentro de un periódico y generalmente se basan en temporadas.

- Revista: es una publicación financiada mayormente por publicidad, que puede ser especializada o no en algún tema. Se compone de una variedad de artículos sobre varios temas o alguno en específicos, producida habitualmente por editorial, su periodicidad puede ser; semanal bisemanal, quincenal mensual o bimestral.

II.3.3.2. Factores importantes en el diseño editorial

Hay tres factores fundamentales que deben tomarse en cuenta en el diseño editorial:

- **Publicación**

Hay una diferencia fundamental entre el diseño editorial y el diseño publicitario, esta depende del conocimiento y lo que quiere transmitir del mismo.

En el diseño editorial, el diseñador debe tener claro de qué tipo de publicación se está hablando, para así poder maquetar sabiendo qué se va hablar en el artículo. Esto es sumamente importante, ya que con el diseño se puede transmitir muchas emociones, y presentar algo como se desee. Así el diseño busca expresar el mensaje de la publicación estableciendo una unidad coherente entre gráfica y texto.

En el diseño publicitario, el diseñador debe conocer a cabalidad el producto para así poder transmitir las ventajas y todo aquello que convenza a su público de la preferencia hacia lo que se muestra.

- Consumidores o lectores

Dentro del diseño editorial, hay que saber a qué público va dirigida la publicación. El target, como lo define el Diccionario de Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid, es un anglicismo que se refiere en publicidad al público objetivo de la campaña de un producto, Dicha campaña, debe adecuarse a una serie de variables como son el lugar de pertenencia social y cultural, nivel de educación, nivel económico, edad y genero.

- Competencia

Este punto es esencial a la hora de realizar la idea y proceso de una publicación. Es una evaluación previa a la cantidad de otras publicaciones dadas al mismo target, que abarquen en semana los mismos temas, y que cumplan con las mismas especificaciones.

La finalidad de evaluar a la competencia es clave: conseguir los pros y contras de cada una de ellas para realizar un proyecto más integro y completo que logre resaltar por su originalidad según expone Zappaterra (1998).

II.3.3.3. Diagramación

El arte de la diagramación se ha constituido en un elemento esencial en el montaje de las publicaciones, lo que se vuelve más complejo con el uso de programas de computación. Sánchez en el artículo Maquetación y Diagramación de Revistas Jorge E. Sánchez, explica en qué consiste esta acción:

“diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores)”. (SANCHEZ, S/A, pág. 12.).

De esta forma la diagramación consiste en organizar pero antes hay que tener claridad sobre lo que se quiere decir, qué es lo que se va a organizar y, cómo se va a organizar.

“El diagramador resuelve la organización de las páginas de acuerdo con las normas ya establecidas por el diseñador. Es posible que el mismo diseñador también pueda encargarse de la diagramación, pero las responsabilidades son distintas. Un buen diagramador es el que respeta esas normas, precisamente su creatividad radica en la capacidad para ofrecer múltiples posibilidades de presentación bajo una norma establecida”. (SANCHEZ, S/A, pág. 12.).

En estas tareas importa definir y decidir “la tipografía, el color, y la composición constituyen las bases de la diagramación. Un entendimiento claro del significado de cada uno de estos conceptos permitirá al diagramador trabajar con seguridad un proyecto gráfico de cualquier envergadura”. (SANCHEZ, S/A, pág. 12).

Así el propósito es desarrollar un proceso de pre-impresión siguiendo los siguientes pasos:

1. Planear, preparar y manejar la comunicación gráfica.
2. Realizar la identidad visual de la revista (logotipo).
3. Elaborar la estructura o retícula de la revista para el establecimiento del sistema de información.
4. Diseñar elementos que guíen la lectura de la revista.
5. Jerarquizar la información a partir del estudio de la tipografía, interlineado e interletreado de la revista, que permita obtener una mancha tipográfica adecuada.
6. Analizar el color que se utilizara en la revista por medio de una codificación para las distintas secciones.
7. Diseñar la portada, el lomo y la contraportada de la revista para su distinción y reconocimiento.
8. Desarrollar el proceso de pre-impresión de la revista, imposición de páginas, machote y pre-maqueta.
9. Producir la maqueta para la visualización de la revista.
10. Preparar los artes digitales para su reproducción.
11. Crear informe con las especificaciones de la revista para la imprenta.

Las páginas anteriores destacaron los elementos técnicos del montaje de una revista que representan un campo específico y muy importante en la producción de una publicación de este género. En ella la información y el contenido ganan una expresión mayor.

En la actualidad estos aspectos tienden a ser muy valorizados, pero es nuestra opinión los aspectos técnicos, conceptuales y teóricos necesitan estructurar un cuerpo integrado y dinámico que cumpla las finalidades informativas y consagre los principios educativos nuevos en materia de educación sexual, lo que se muestra un gran desafío. No se trata de simplificar o substituir el color atractivo por una lectura densa de cuestiones polémicas.

II.3.3.4 Plan de comunicación

Ana Hernández Rodríguez (2002) afirma “los planes de comunicación se conciben para definir los criterios básicos durante un período (prolongado) de tiempo y de carácter anual” lo que quiere decir que se crea un patrón básico de trabajo a largo plazo.

Actualmente la mejor manera de dar a conocer la imagen de una empresa o producto tanto dentro como fuera del mercado, es aplicando un plan comunicacional, que se encargue de reforzar los aspectos positivos del producto y corrija los negativos para calar posiciones y llegar a la mayor cantidad de público posible.

Por lo que, sólo un profesional de la comunicación debería ser el encargado de la construcción de este importante instrumento que establecerá los criterios, políticas y estrategias comunicacionales que convengan a la empresa o producto en cuestión.

Tal cual como Javier Barranco Sainz señala que “un plan comunicacional es un proceso sistemático que no puede dejarse al azar ni a la institución o imaginación de un directivo” (SAINZ, 2008, pág. 23) ya que según explica de resultar incorrecta la formulación de plan, esto conllevaría a la pérdida de la imagen y, en consecuencia, una disminución de las ventas y posicionamiento en el mercado por su reputación.

II.3.3.4.1. Etapas del plan de comunicación

Barranco (2008) sugiere que para armar una buena imagen empresarial y de los productos de dicha empresa deben seguirse una serie de pasos o etapas para construir un exitoso plan comunicacional, que serían los siguientes:

1. Análisis de la situación actual

Definir la estrategia del plan, es decir, cómo se debe vincular la misión, visión y valores de la organización compondrán el eje fundamental del plan. Así como conocer el entorno y su posible evolución, los elementos capaces de influir en la política comunicacional (competencia, tendencia

macroeconómica, legislación, etc.). Por lo que debe realizarse un análisis FODA (análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenaza), que no es más que un estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna), a efectos de determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Con el desarrollo de esta etapa se deben deducir los públicos y el objetivo del plan, para poder adecuar correctamente la estrategia de comunicación ceñida a sus características y expectativas.

2. Definición de los objetivos del plan

Se establece un objetivo general que coincida con aquello que se quiera comunicar con la imagen corporativa a transmitir; más una serie de objetivos específicos concretos y ordenados prioritariamente, lo que permitirá conducir el desarrollo de estrategia comunicacional, facilitando la detección de aquellos puntos en los que deberá darse mayor énfasis.

3. Establecimiento de hipótesis

Establecer una serie de especulaciones que permitan definir un marco general en el que se pueda desarrollar el plan comunicacional.

4. Selección del eje de comunicación

El análisis de las fortalezas y debilidades brindará la elección de una línea de acción concreta, que constituirá el eje del plan comunicacional. Ello realizando una investigación de mercados, clima laboral, estudios pilotos, que determinarán los mensajes a transmitir a la audiencia.

5. Diseño de los programas

Constituye la primera estimación de la amplitud del proyecto comunicativo, de las metas a alcanzar, de los posibles recursos a utilizar y a la previsión de un cronograma de actividades.

6. Plan de tiempos y de recursos

La planificación temporal del plan comunicacional se determina con el establecimiento de tiempos de atrás hacia adelante, de lo mas general para el mediano y corto plazo, y en mayor detalle por períodos de tiempo más cortos. Los recursos se caracterizan como materiales y económicos.

7. Ejecución del plan

Implica la implementación del plan con el único fin de alcanzar los objetivos previstos.

8. Supervisión y control

Incorporación de indicadores que permitan detectar las desviaciones que se produzcan como consecuencia de modificaciones no previstas en el medio, las audiencias u los objetivos. Por lo que, se debe tener establecido posibles sistemas correctores que redirección en la consecución de los objetivos a alcanzar.

9. Marketing del plan

Definida la planificación, se procede a vender la propuesta explicando las líneas generales del plan, sus objetivos e implicaciones.

Por su parte Hernández (2002, pág. 62) sintetiza aún más las etapas o pasos antes mencionados distinguiendo en ellas:

1. Fijación del Objetivo
2. Definición de la política comunicacional
3. Evaluación de la situación actual
4. Diseño de la arquitectura del plan
5. Identificación de los medios/recursos
6. Elaboración de programas
7. Planificación
8. Protocolo para situaciones de crisis
9. Sistemas de seguimiento y control.

Lo que ha sido destacado sobre el Plan comunicacional constituye en otras palabras una estrategia que permita llevar la Revista Sin Tabú lo más próxima de un público seleccionado. Este plan establece como objetivo una relación y dialogo permanente con los lectores. La idea es que los jóvenes puedan establecer niveles de confianza con la publicación y en un dialogo entre comunicador y receptor ellos puedan decir lo que no se atreven, lo que significa contribuir a romper los tabús sobre el sexo.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

Los procedimientos, instrumentos de esta investigación representan la construcción de un objeto que obedeció a una serie de decisiones sobre cómo hacer para penetrar y comprender las cuestiones y las experiencias de los jóvenes en vuelta a su sexualidad y sobre lo que de ella aprenden en su medio social, sea la familia, sea la escuela, sean los grupos de amigos y, de una forma ampliada, en su contexto social.

III.1. Tipo de investigación

Este trabajo es un proyecto factible según el “Manual de Trabajos de Grado de Especialización en Maestrías y Tesis Doctorales” propuesto por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) puesto que su propósito es plantear una solución factible a la falta de información en materia de educación sexual, dirigida a los adolescentes.

Luego de tener definidos los objetivos, fue necesario escoger el rumbo de la investigación, por tal motivo la misma se sustentará en la conceptualización de Fidias Arias, quien en su libro “El Proyecto de la Investigación” (2006) explica de forma sistemática y sintética los pasos que se deben seguir al ejecutar un proyecto.

Debido a que es un proyecto factible con objetivos claros y definidos, se determinó que el trabajo contara con un diseño de investigación mixta, ya que es nivel descriptivo y de diseño documental de campo.

Basándose en la definición de Arias explica la investigación descriptiva como aquella que “consiste en la caracterización de hecho, fenómenos, individuos o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. (ARIAS, 2006, pág.34).

Arias también señala que “la investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales”. (ARIAS, 2006, pág. 49).

III.2. Diseño de la investigación

Arias define la investigación de campo como aquella que “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna, es decir el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes”. (ARIAS, 2006, pág. 87).

Para la realización del ejemplar “0” de la revista, ha sido necesaria una investigación de campo que permita la obtención de resultados con el menor rango de error, que brinde aportes precisos para la creación de la identidad e imagen de la revista.

Esta se llevo a cabo a través de la aplicación de una encuesta, para la recolección de información y cotejo de datos, que se aplicaran a 100 adolescentes de la ciudad de Caracas que vivan en el municipio Libertador, con edades comprendidas entre los 12 y 18 años (ver anexos).

Además es necesaria una investigación documental, para sustentar todos los temas relacionados con el diseño de la revista y con las definiciones asociadas al tema de Educación Sexual.

III.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Arias (2006) existen técnicas e instrumentos de recolección de datos que se adaptan al diseño de investigación documental y de campo. Las técnicas de obtención de datos son las estrategias que utiliza el investigador para reunir la información sobre un hecho o fenómeno.

Para la realización de este trabajo de grado se utilizaron la encuesta y la entrevista como técnicas de recolección de datos. A su vez se recopilaron ciertos artículos de periódicos, revistas y páginas web vinculadas al tema de investigación; que fueron analizados con detenimiento y en conjunto a manera de documentar y sustentar el trabajo.

Los instrumentos constituyen los medios técnicos a través de los cuales se hace posible la obtención de la información requerida para la investigación. Pueden ser presentados en formatos de videos, fotografías,

grabadoras, cuestionarios, computadoras y unidades de almacenamiento web.

III.3.1. La encuesta

Con la finalidad de precisar las inquietudes de los adolescentes se elaboró un cuestionario que sirvió como instrumento de recolección de datos para obtener la información que se buscaba. El mismo constó de 15 preguntas que fueron aplicadas a 100 adolescentes; se empleó un lenguaje claro y sencillo, de fácil entendimiento para agilizar su aplicación. También se introdujeron preguntas que “permitían verificar respuestas anteriores” (ARIAS, 2006) y se descartaron las interrogantes que podrían haberse interpretado de forma equivocada.

Partiendo de lo antes planteado, queda claro que el objetivo principal de la encuesta fue:

1. Precisar las inquietudes que poseen los adolescentes en materia de educación sexual.
2. Y como objetivos secundarios:
3. Conocer los temas que despiertan más interés e incertidumbre en los encuestados.
4. Determinar si existe interés por parte de los adolescentes de leer una revista de educación sexual.

5. Indagar los contenidos que desearían encontrar los encuestados, en una publicación especializada en educación sexual para adolescentes
6. Averiguar los elementos gráficos y el formato que le agradaría a los encuestados encontrar en la publicación.

III.3.2. Población y Muestra

La muestra fue seleccionada a través del muestreo probabilístico estratificado (Arias, 2006), es decir se dividió a la población en subconjuntos con características comunes, en donde posteriormente fueron escogidos al azar los individuos.

Así los estratos, en los que se dividió la población fueron liceos públicos y privados, cinco de cada cual.

Entre los públicos se seleccionaron:

- ✓ Liceo Urbaneja Achelpohl, Municipio Libertador
- ✓ Liceo Gustavo Herrera, Municipio Chacao
- ✓ Liceo Gran Colombia, Municipio Libertador
- ✓ Liceo Fe y Alegría sede Las Mayas, Municipio Libertador
- ✓ Liceo Leopoldo Aguerrevere, Municipio Libertador

Y por los privados:

- ✓ Unidad Educativa Colegio Fray Luis de Leon, Municipio Libertador
- ✓ Unidad Educativa Maestro Félix Adam, Municipio Libertador
- ✓ Liceo Los Chaguaramos, Municipio Libertador
- ✓ Unidad Educativa Colegio Santa Caterina de Siena, Municipio Libertador
- ✓ Unidad Educativa Pedro Bautista Toro, Municipio Libertador

En cada uno de estos estratos, se aplicaron 10 cuestionarios a adolescentes con edades comprendidas entre los 12 y 18 años, para hacer un total de 100 encuestados.

III.3.3. Resultados

A continuación se presentan las tendencias de las respuestas del cuestionario, acompañadas de gráficos que permitirán su mejor apreciación, así como el análisis de los resultados obtenidos por medio del instrumento de recolección de datos.

1-¿Conoces el significado de la palabra sexo?

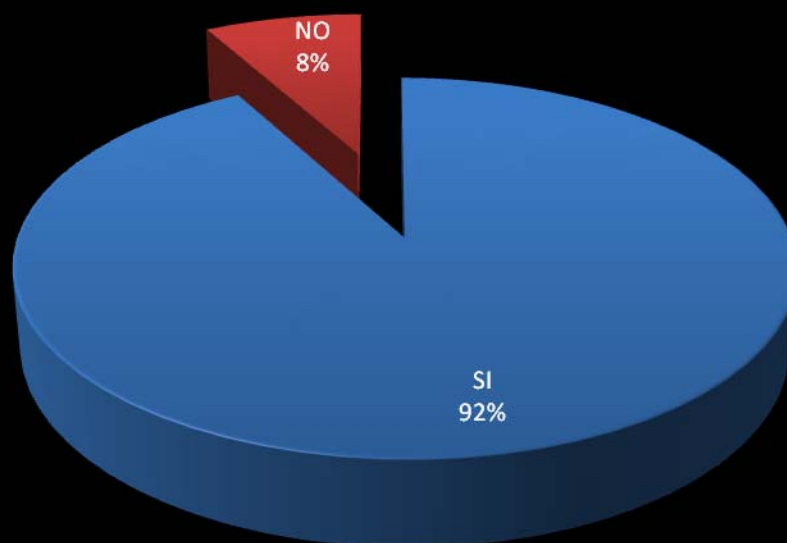
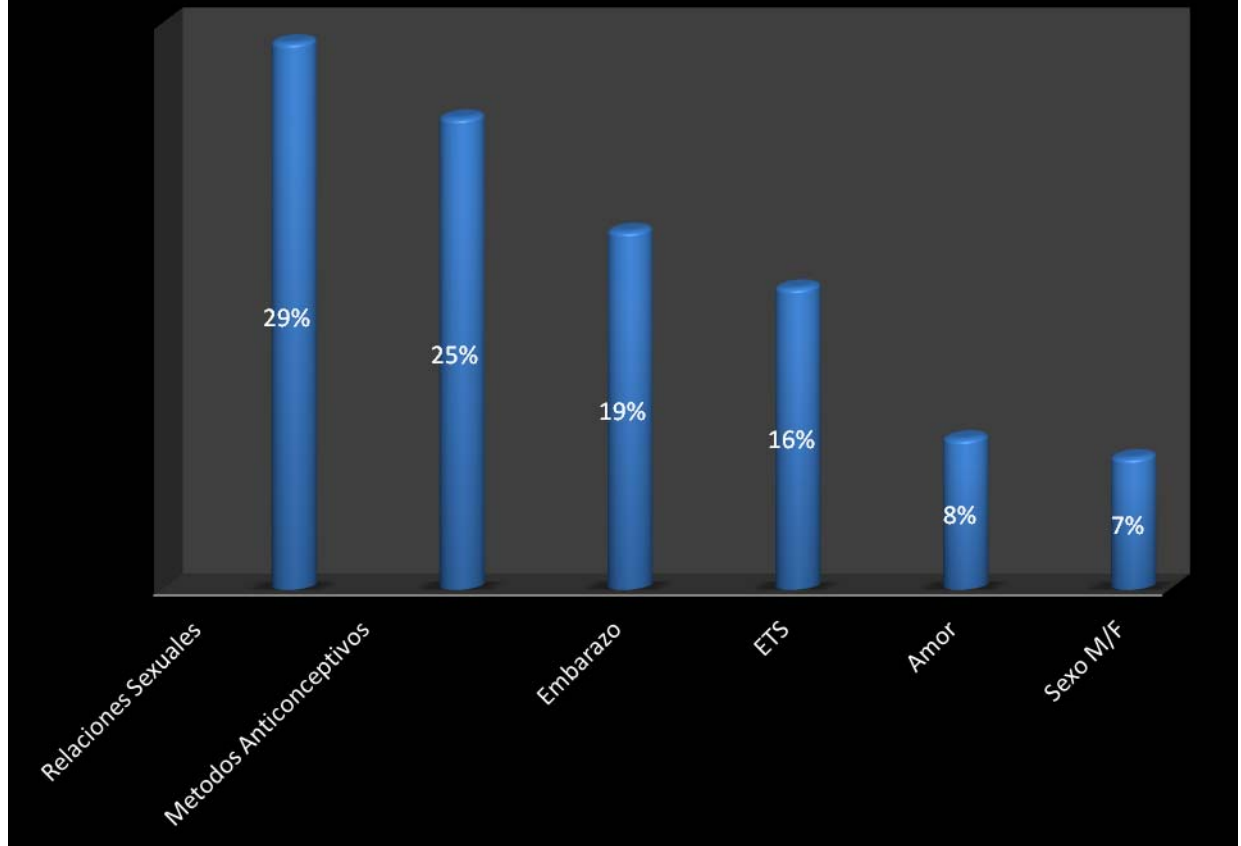


Gráfico 1.

Del 100%, el 92% de los encuestados indicó conocer el significado de la palabra sexo. Mientras que el 8% restante manifestó desconocerlo.

2-¿Mencione uno o varios temas que consideres tengan que ver con la palabra sexo?



Graficó 2.

Del 100% de los encuestados, el 29% consideró que las Relaciones Sexuales tienen que ver con la palabra sexo, un 25% con los Métodos Anticonceptivos, 19% con los Embarazos, 16% con las Enfermedades de Transmisión Sexual, un 8% la vinculan al Amor y 7% a la definición de Género Masculino y Femenino.

3-En una escala del 1 al 5 ¿cómo calificas tus conocimientos sobre sexo?

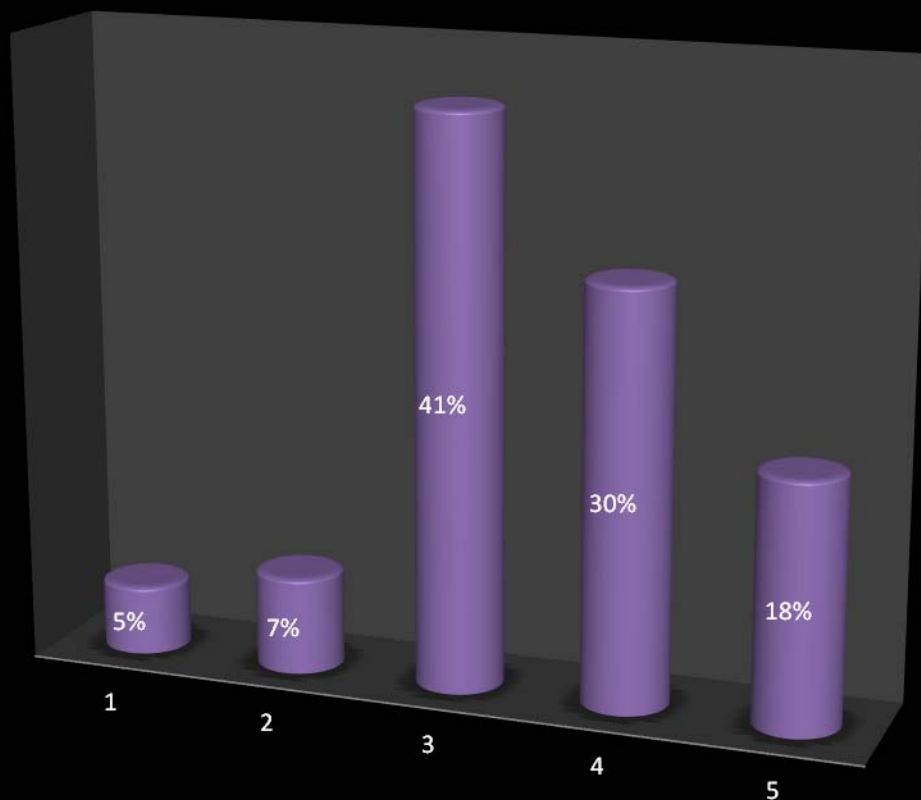


Gráfico 3.

De forma ilustrativa los encuestados respondieron a la calificación propia de sus conocimientos sobre sexo, tomando en cuenta que 1 es el valor más bajo y 5 el más alto. Siendo en este grafico evidente el predominio de un valor intermedio, lo que lleva a suponer que el 41% posee más o menos cierto nivel de conocimiento sobre sexo.

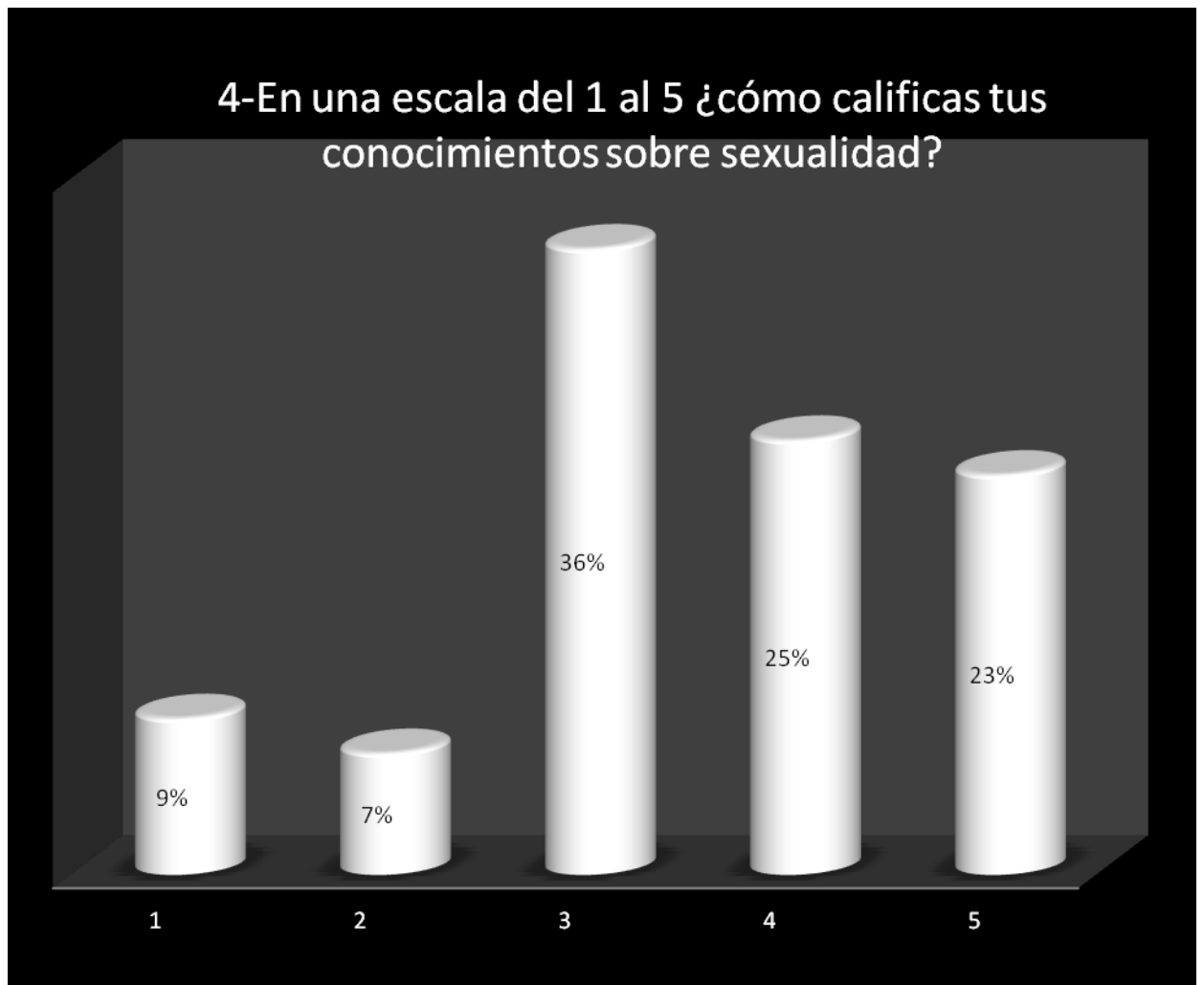


Gráfico 4.

De forma ilustrativa los encuestados respondieron a la calificación propia de sus conocimientos sobre sexualidad, tomando en cuenta que 1 es el valor más bajo y 5 el más alto. Siendo en este grafico evidente el predominio de un valor intermedio, lo que lleva a suponer que el 36% posee más o menos cierto nivel de conocimiento sobre sexualidad.

5- En una escala del 1 al 5 ¿cómo calificas tus conocimientos sobre educación sexual?

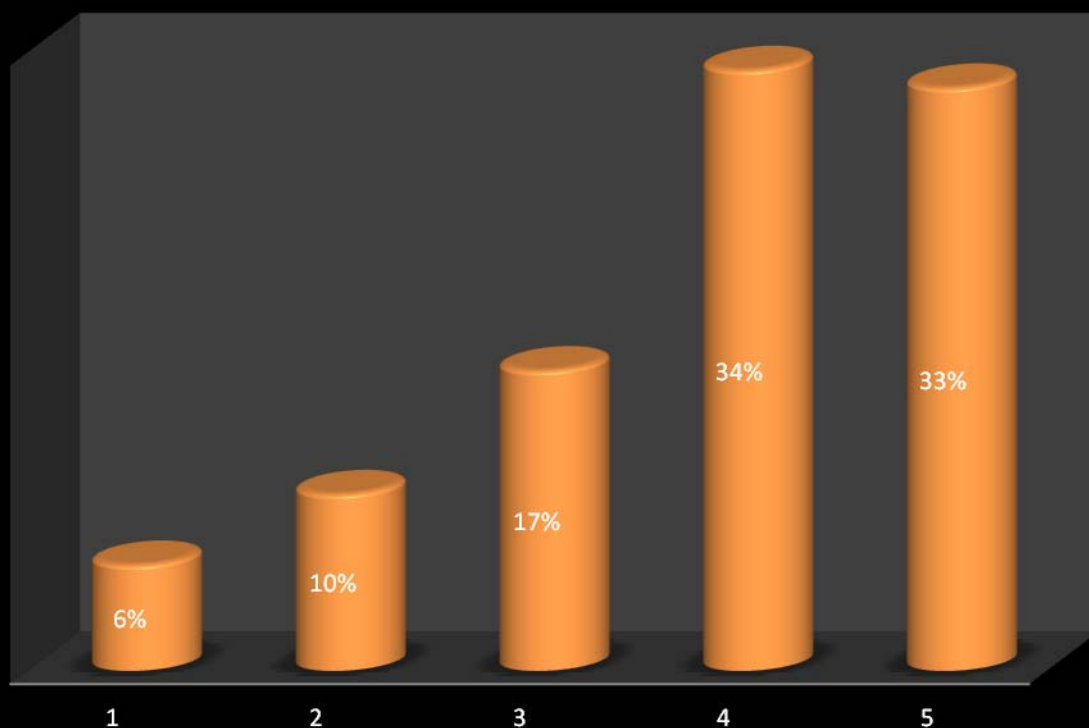


Gráfico 5.

De forma ilustrativa los encuestados respondieron a la calificación propia de sus conocimientos sobre educación sexual, tomando en cuenta que 1 es el valor más bajo y 5 el más alto. Siendo en este gráfico evidente el predominio del valor más cercano al más alto, que demuestra que un 34% posee un nivel elevado de conocimiento sobre educación sexual.

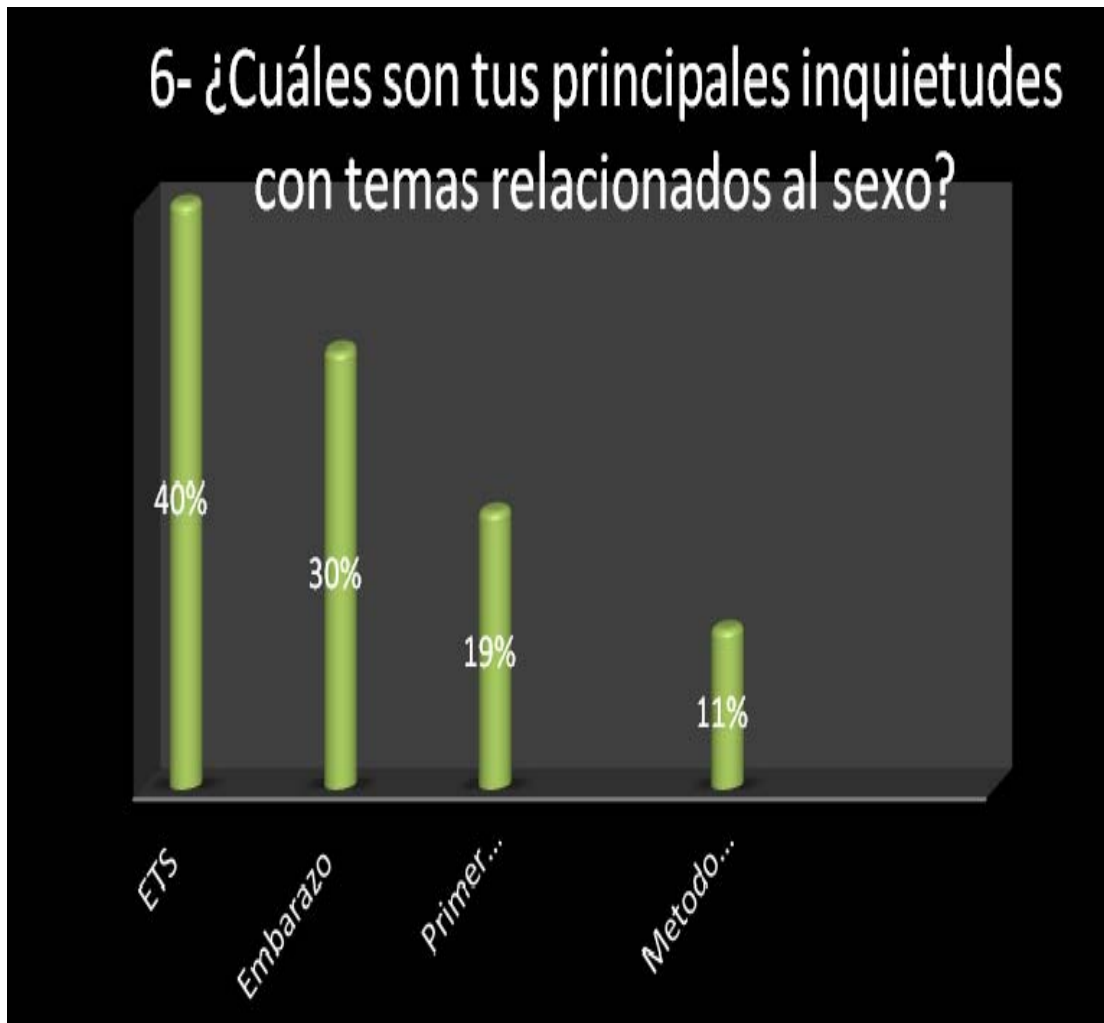


Gráfico 6.

Con respecto a cuáles son las principales inquietudes de los adolescentes sobre temas relacionados con el sexo, los encuestados señalaron con un 40% a las Enfermedades de Transmisión Sexual, 30% al Embarazo Precoz, un 19% expreso sus dudas acerca del Primer Encuentro Sexual y un 11% sobre la existencia y utilización de Métodos Anticonceptivos.

7- ¿En cuáles colores piensas al oír, al hablar o leer sobre sexo?

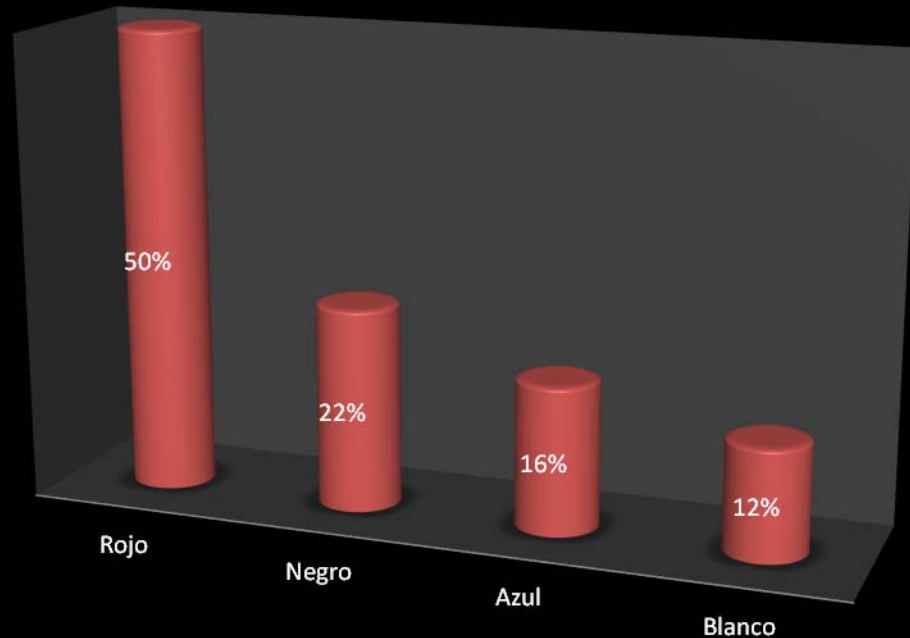


Gráfico 7.

Al indagar en sus preferencias sobre los colores que piensan al oír, al hablar o leer de sexo, el 50% indicó que el color rojo era el que más se asocia a dicho término, un 22% fue atribuido al negro, 16% al azul y 12% al blanco.

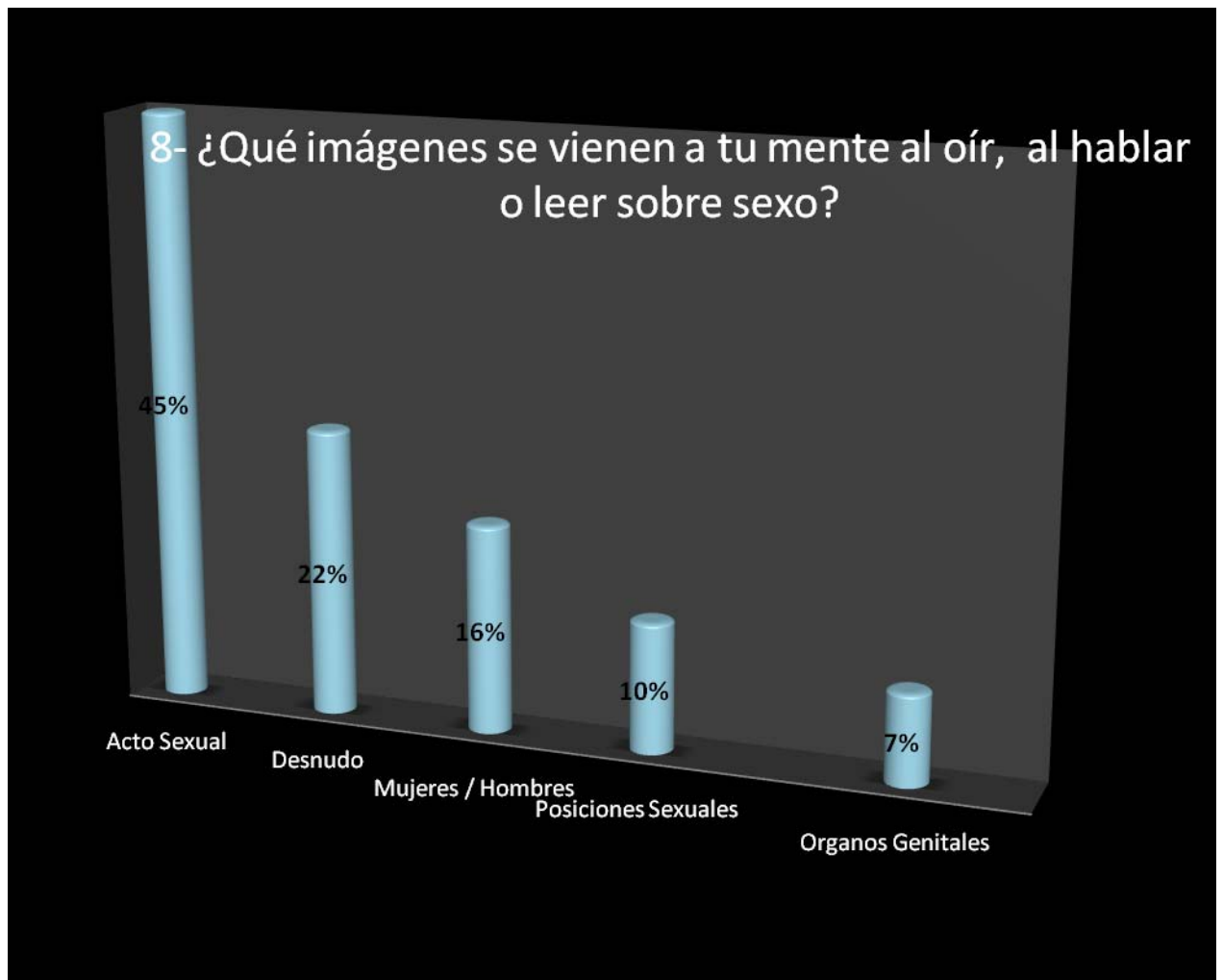


Gráfico 8.

Por su parte al indagar en sus preferencias sobre las imágenes que vienen a su mente al oír, al hablar o leer de sexo, el 45% indicó que el Acto Sexual, seguido por un 22% de Desnudos, 16% Hombres y Mujeres, 10% Posiciones Sexuales y 7% Órganos Genitales, son imágenes constantes y determinantes del sexo.

9- ¿Sabías que todo niño y adolescente tiene derecho a una educación sexual?

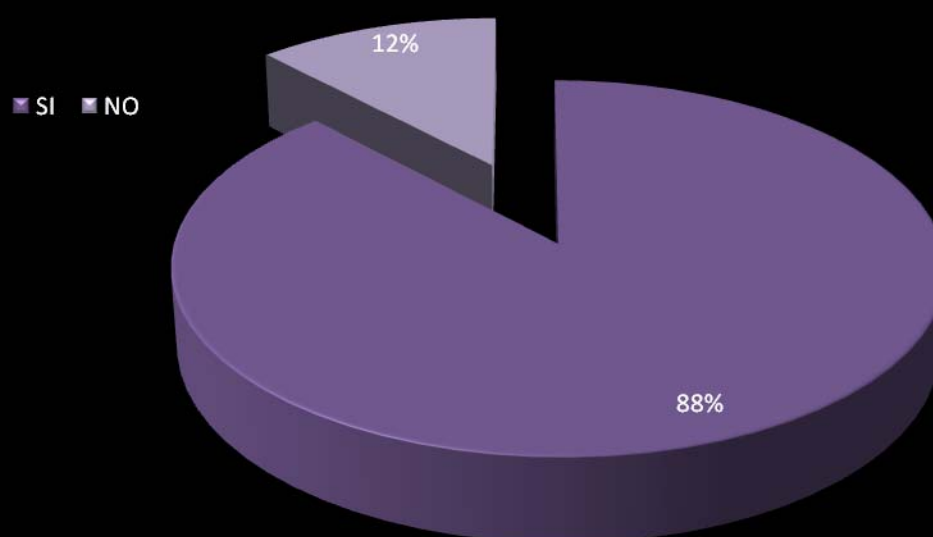


Gráfico 9.

Asimismo, del 100% de los encuestados un 88% respondió de manera afirmativa al preguntársele si poseía conocimiento sobre el derecho de toda niña, niño y/o adolescente a obtener educación sexual tanto en el hogar como en las casas de estudio. Y un 12% indicó desconocer la existencia de este derecho.

10- ¿Leerías una revista de educación sexual hecha especialmente para adolescentes?

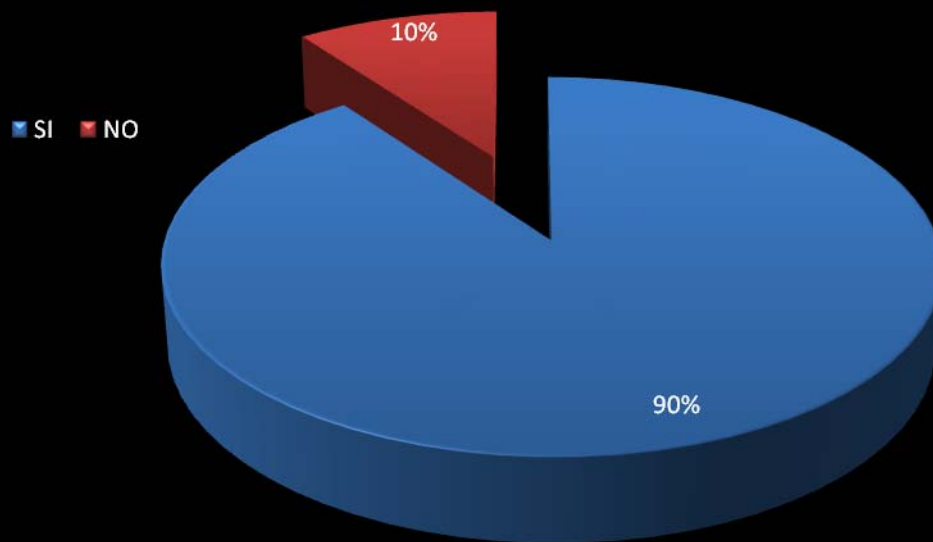


Gráfico 10.

Al preguntarles sí leerían una publicación, en este caso, una revista de educación sexual diseñada especialmente para adolescentes, el 90% de los encuestados expresó disposición de leerla y sólo un 10% mostro desinterés por la misma.

11- ¿Qué artículos informativos y de entretenimiento te gustaría encontrar en ella?

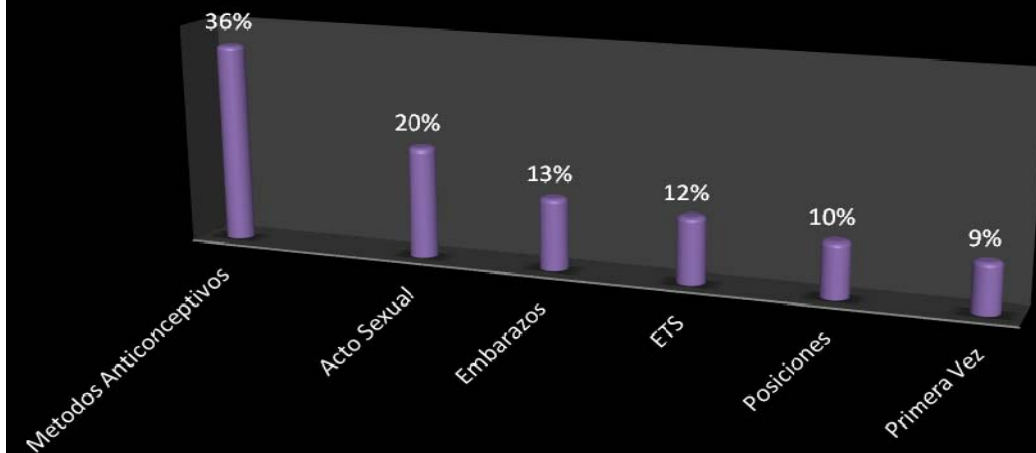


Gráfico 11.

Para conocer qué artículos quisieran encontrar en dicha publicación se les pregunto a los encuestados sus temas de interés. Un 36% señaló querer leer sobre Métodos Anticonceptivos, 20% sobre la Práctica del Acto Sexual, 13% de los Embarazos Precoces, 12% de las Enfermedades de Transmisión Sexual, 10% acerca de las distintas Posiciones Sexuales existentes y un 9% le inquieta saber y encontrar información sobre la Primera vez/ Primer Encuentro Sexual.

¿12- Consideras que en tu hogar o en tu colegio te imparten suficiente información de materia sexual?

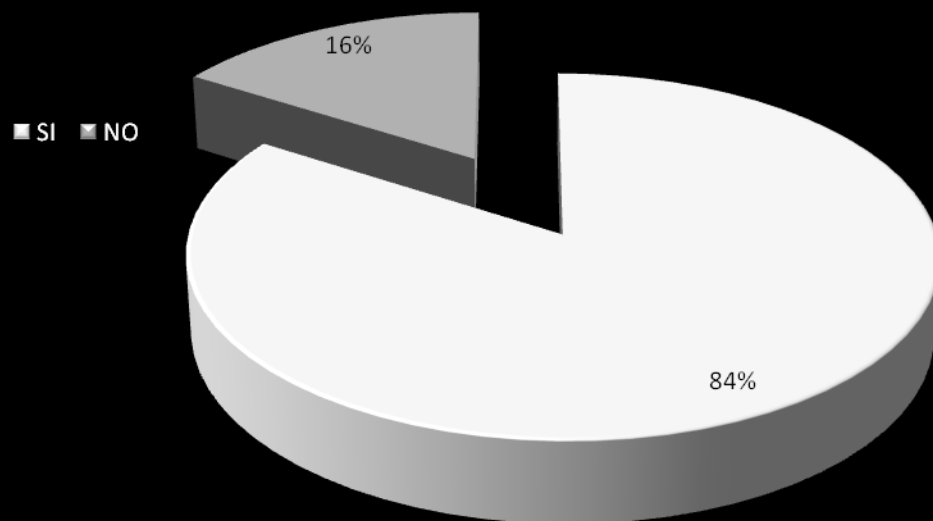


Gráfico 12.

Del 100% de los encuestados un 84% considera que en su casa o en su colegio le imparten la suficiente información sobre materia sexual y un 16% dice no recibirla.

13- Cuando conversas con tus amigos sobre sexo, ¿cuáles son los temas que más suelen discutir?

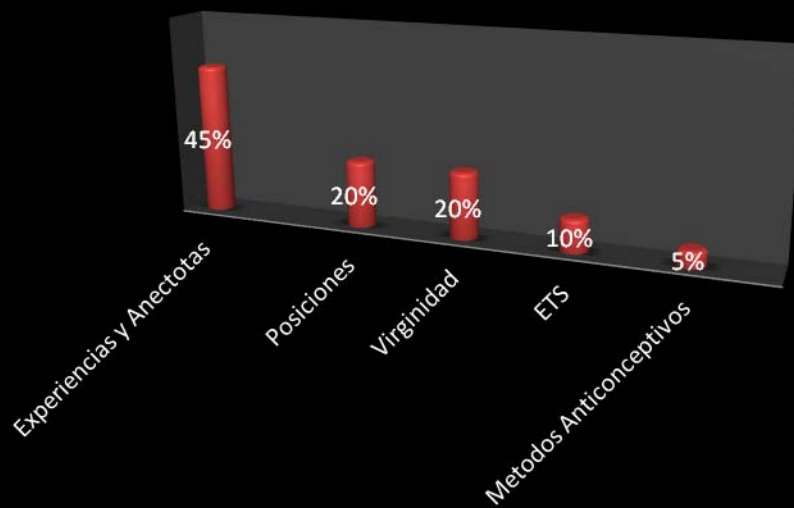


Gráfico 13.

En aras de constatar la veracidad de respuestas a las interrogantes anteriores, se les preguntó a los encuestados los temas de conversación que suelen darse entre sus amigos. Las experiencias y anécdotas sobre los encuentros sexuales predominó con un 45%, mientras que el tema de las Posiciones Sexuales y la Virginidad se encuentran a la par con un 20%; seguidas por un 10% las Enfermedades de Transmisión Sexual y Métodos Anticonceptivos con 5%.

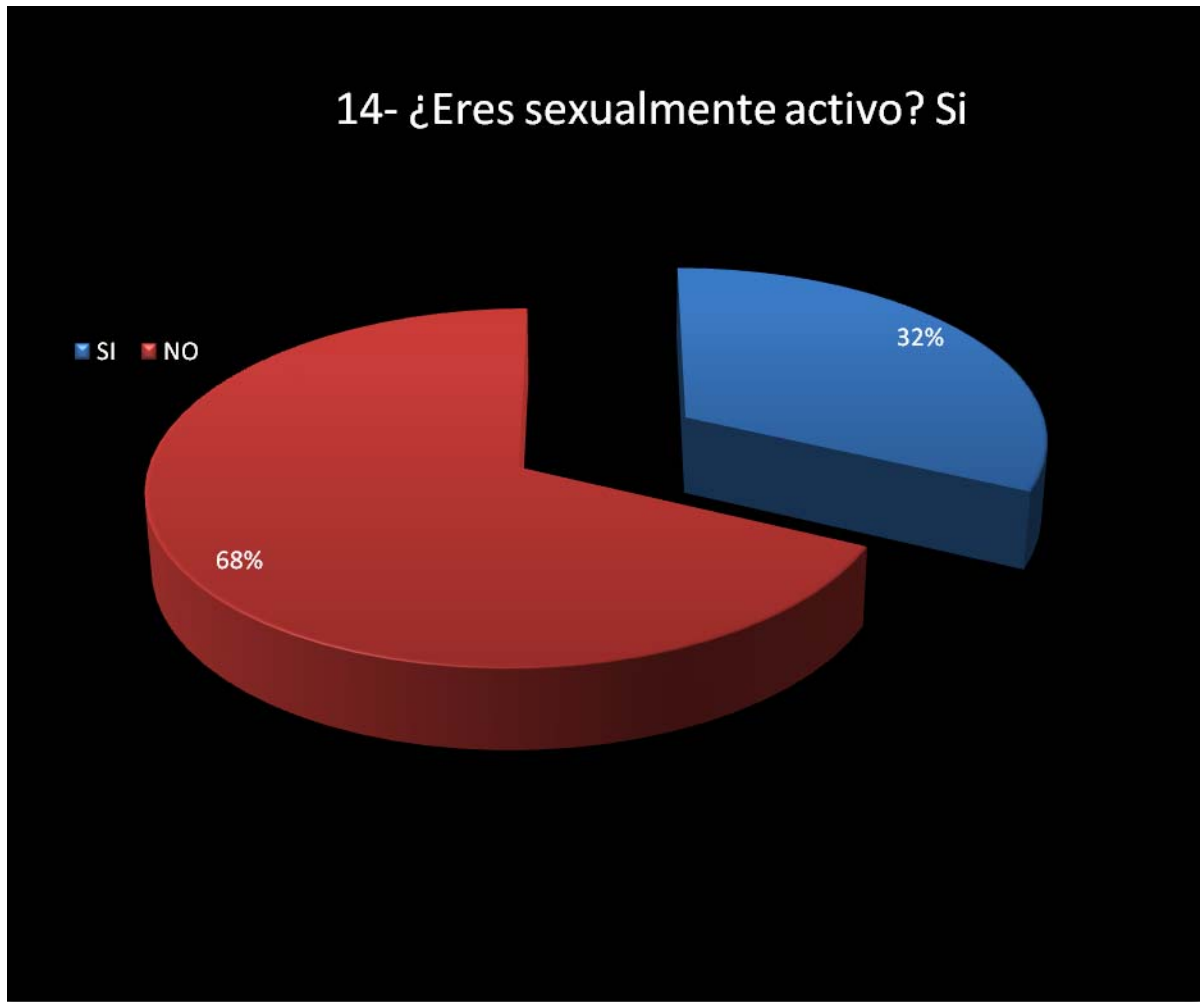


Gráfico 14.

Al preguntarles si eran sexualmente activos un 68% manifestó no serlo y un 32% indicó ser sexualmente activos.

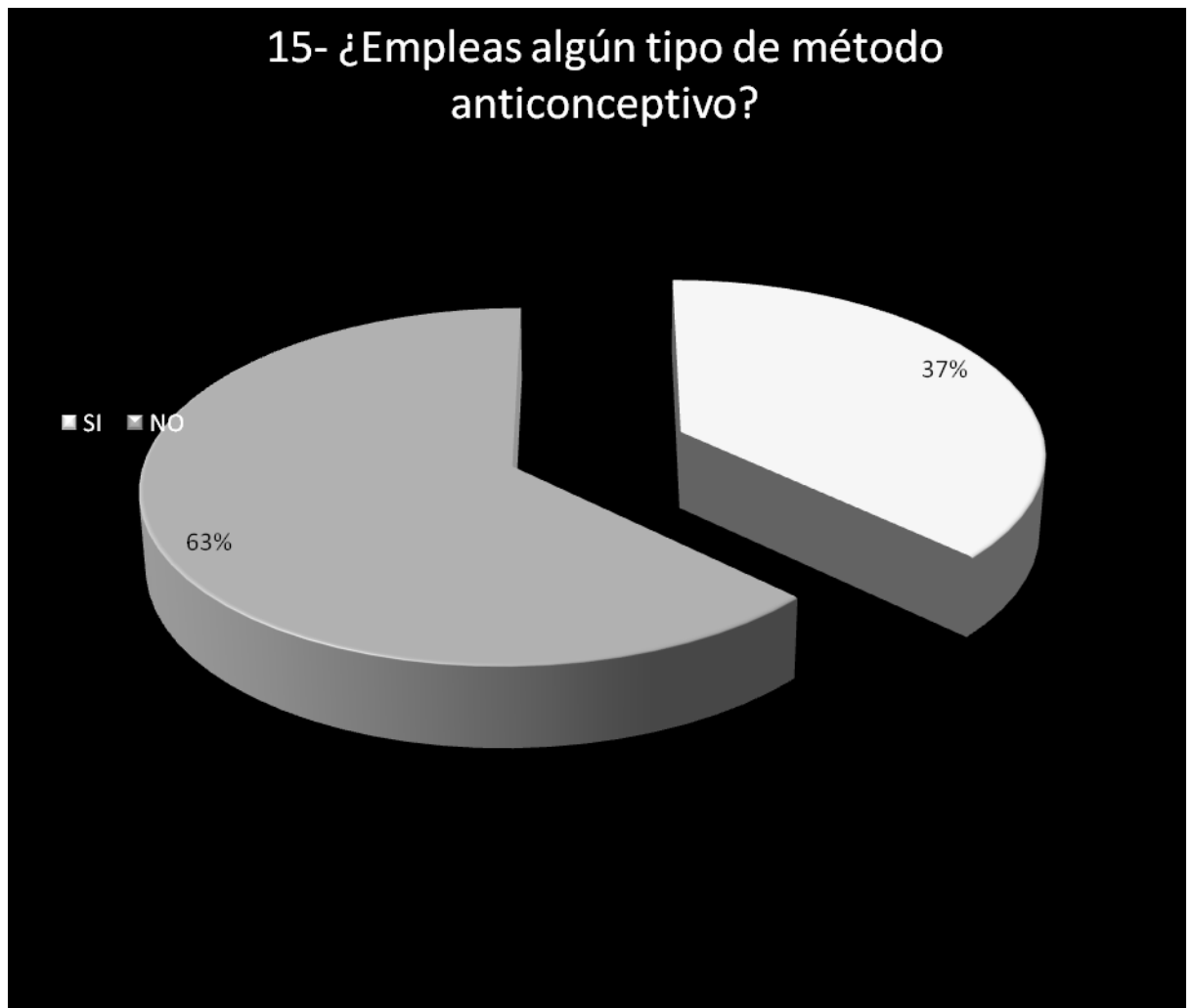


Gráfico 15.

De la misma manera y a modo de información, para constatar la veracidad de la respuesta a la interrogante anterior, se demuestra con un 37% de utilización de métodos anticonceptivos que el 32% de la población encuestada que es sexualmente activa, manifiesta protegerse durante el acto sexual. Mientras que el 63% restante señala no hacerlo pues no se han iniciado su vida sexual.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE PUBLICACIÓN

En este capítulo se desglosa la propuesta de la revista y la factibilidad del proyecto. En la primera parte del apartado se detalla la revista, su anatomía y su diseño. En la segunda parte, se desglosa la implementación del proyecto.

IV.1. Etapa de planeación y preparación.

En esta etapa se planeó la diagramación del contenido e imágenes, en un bosquejo o “machote” que sirvió de guía, para el diseño gráfico de la revista y su impresión. Esta forma de disponer la información recibe el nombre de visualización.

Para establecer un orden adecuado en el diseño de la revista se tomó en cuenta los contenidos a desarrollar, las informaciones obtenidas ya desarrolladas, y el conjunto de imágenes e ilustraciones que se consideró pertinente para el tipo de revista a mostrar.

En la primera página, la editorial explica los motivos que llevaron a desarrollar una revista de Educación Sexual para adolescentes. En la que se ofrecen herramientas de conocimiento, que les permitirán a los jóvenes

afrontar con responsabilidad su vida sexual y hará evidente que existe una realidad bastante seria en cuanto a la problemática de educación sexual

IV.2. Revista

Sin Tabú es una revista de publicación mensual, que nace con la necesidad de abordar temas de educación sexual que la mayoría de las personas no se atreve a explicar a la población adolescente en Venezuela. Esta pretende transmitir información de calidad, presentado contenidos de manera distinta; en aras que la recepción del mensaje sea directa, concreta y eficaz.

Primeramente distribuida a adolescentes del Distrito Capital de la República Bolivariana de Venezuela, Sin Tabú aspira expandirse al mercado nacional.

En el momento de elaborar este magazine, se tomó en cuenta la opinión del público objetivo, con el fin de consolidar mediante imágenes, gráficas y textos la línea editorial y la personalidad del mismo.

De esta manera Sin Tabú busca presentar de una manera más didáctica a los adolescentes información que satisfaga sus necesidades, desarrollando así una nueva manera de dar conocer la importancia de la educación sexual. En la que también se propone brindar por medio de

entrevistas, artículos, imágenes y gráficos la información recopilada acerca de los diversos tópicos.

IV.3. El nombre

El nombre de una marca no es sólo una palabra cualquiera, englobará con el tiempo, una cantidad de valores y significados que serán inherentes a él.

Por lo tanto, como dice el principio de KISS “Hazlo simple estúpido” y “Hazlo simple y corto” respectivamente, el nombre debe ser breve y sencillo, así se logra un mayor impacto y retención en la memoria.

El profesor Paciano Padrón, en su “Manual del Orador para persuadir y disipar el miedo” (2009), página 24, menciona que un discurso bueno y breve es dos veces bueno. Esta idea, es igualmente aplicable a la marca o nombre de la revista.

Sin Tabú se escoge con la finalidad de dejar claro, que se trata de una revista en la que no abran mitos, falsas creencias ni tapujos. Por el contrario, se buscará siempre acabar con ellos. La información estará plasmada de forma clara y precisa en pro de satisfacer y saciar la necesidad de nuestro público.

Según el Portal Web del Diccionario del Instituto Europeo de Postgrado: Tabú es un término polinesio que significa lo “prohibido”. El concepto permite mencionar las conductas, acciones o temas que están prohibidas o censuradas por un grupo humano debido a cuestiones culturales sociales o religiosas los tabúes suelen instaurarse sobre aquello que se considera antinatural la mayor parte de los tabúes surgen por la tradición cultural, aunque algunos también pueden desarrollarse a partir de los intereses políticos dominantes.

Considerando que Tabú es todo aquello que no se dice o no se comenta porque socialmente se ve mal o no está permitido y es necesario romper ese silencio, la palabra que le antecede “Sin”, le da el toque perfecto al nombre de la revista.

Adicionalmente “Sin Tabú” es un nombre fácil de pronunciar y da una sensación de libertad; característica que se acopla perfectamente con la identidad de la revista y la personalidad de los adolescentes, que quieren ser libres y hablar de todo aquello que no se les es permitido.

IV.4. Logotipo

La imagen gráfica de Sin Tabú fue diseñada, partiendo de los principios fundamentales que debe poseer un logotipo: simplicidad, practicidad, unidad, sustentabilidad y legibilidad.

Se escogió este diseño para que hiciese contraste con la tapa de la portada; da una sensación bastante urbana, sobria, sencilla y elegante. El logotipo lo encontraremos en el cintillo superior derecho e izquierdo de todas las páginas de la revista.



IV.5. Diseño de la Revista

En este apartado se desglosara los recursos visuales que soportan y componen la revista Sin Tabú, así como guías y alineaciones para su empleo en la misma.

IV.5.1. Formato

Sin Tabú es una revista de 32 páginas con un formato de 1/8 de pliego. Tiene las medidas tamaño carta de 21,59 cm de ancho x 27,94 cm de alto.

IV.5.2. Mancha

La mancha de la revista abarca un espacio de 20,59 cm x 27,94 cm, del área de trabajo.

IV.5.3. Tipografía

Dentro de la revista se podrán encontrar tres tipos de tipografía de diferente empleo fijo. Sin embargo no se limita el uso de otra tipografía según las necesidades del artículo y el diseño de la información, siempre buscando mantener lo más posible la uniformidad de diseño que caracteriza la revista, dejando un margen de experimentación que refuerce la identidad de la revista.

Verdana

Verdana es una fuente tipográfica del tipo sans serif de gran legibilidad, comisionada por Microsoft y diseñada por Matthew Carter.

A menudo se la considera una excelente fuente tipográfica para la lectura en la pantalla del monitor, para lo que fue concebida. Ya que se instala en la mayoría de las computadoras del mundo, resulta muy usual encontrarla como la fuente en el texto principal de una página web.



Según portal web: www.es.wikipedia.org/ (noviembre 2011).

Tahoma

Tipografía diseñada durante los años 1995-1997 por Matthew Carter para Microsoft. Fue pensada para ser usada en interfaces de usuario u otras situaciones que requieran mostrar información en pantalla, particularmente en tamaños pequeños como cajas de texto o menús de diálogo.

Apareció por primera vez en el Office 97, sustituyendo a la Arial y MS Sans Serif presentes en las versiones anteriores. Posee únicamente dos pesos, Regular y Bold, y carece de versión itálica o cursiva. La optimización del hinting estuvo a cargo de Tom Rickner de Monotype, un experto en tratar tipografías de pantalla.

Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 . , ! ? - _ : ;

Según portal web: www.es.wikipedia.org/ (noviembre 2011).

Showcard Gothic

Preparado para artistas de letras en los años veinte y treinta por Jim Parkinson en 1993, la tipografía Showcard Gothic o Cartilla Gótica va un paso más allá del cartel Negro , proporcionando un aire teatral con alegría a cualquier presentación.

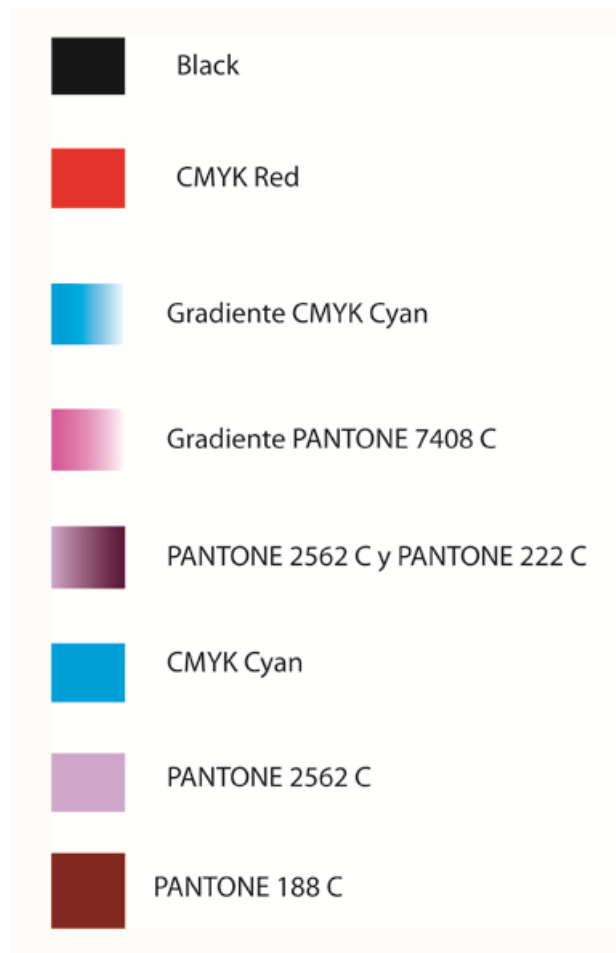
Entre otros usos, Showcard Gothic o Cartilla Gótica se recomienda para libros, revistas y uso corporativo.

**ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
XYZÀÁÂÉÎÏÕØ&123
4567890(\$£€.,!?)**

Según portal web: www.es.wikipedia.org/ (noviembre 2011)

IV.5.4. Paletas de colores

Lo que resalta un producto es el empleo acertado de sus particulares colores, en el caso de Sin Tabú se empleo la siguiente paleta.



Los colores del amor, del sexo y de las relaciones eróticas, tienen el siguiente significado, según el blog sobrecolores/ (noviembre 2011):

- ✓ El rojo es la manifestación de la pasión de una relación.

- ✓ El rosa, representa el amor tierno, infantil, enamoramiento, el amor dulce.
- ✓ El violeta, es la parte fantasiosa de las relaciones, la imaginación, fantasía, el erotismo, el morbo.
- ✓ El negro, también es un color asociado a las relaciones sexuales, vividas como algo oscuro, trasgresor, selecto, y se puede manifestar en algunas personas.
- ✓ Azul, se asocia a las relaciones entre personas, amistades o relaciones de pareja.
- ✓ Violeta (rojizo), representa la realización de los deseos y es irresponsable, intuitivo, sensible, inmaduro, afectivo, mágico.

El lenguaje de los colores es el lenguaje de los sentimientos, las sensaciones y las emociones. La sexualidad es algo muy complejo, rico en emociones, y no se lo puede definir con un sólo color. El amor, o el erotismo, suele estar asociado al acorde cromático rojo, rosa y violeta, que es lo usual pero también pueden ser percibidos a través de otras tonalidades.

Para Sin Tabú, se empleo esta paleta de colores ya que son los adecuados para promocionar temas relacionados con sexualidad, sexo y erotismo, son los ideales para captar visualmente a los futuros lectores.

IV.5.5. Fotografía

Las fotografías, ilustraciones e imágenes fueron escogidas porque atraen visualmente y despiertan la atención del futuro lector. Las mismas se

manejaron por medio de un banco imagen puestas a disposición por parte de la Diseñadora y Diagramadora escogida para la ejecución de la revista Sin Tabú. Es importante tomar en cuenta que las que se emplearon son de uso público.

IV.6. Parte de la revista

IV.6.1. La portada

Mostrará el nombre de los artículos más importantes o llamativos de ese número y datos como el precio del mismo, la fecha y el código de barras.

IV.6.2. Lomo

El lomo al ser cuadrado (engomado), contará con el nombre de la revista, fecha de publicación, año y número de publicación.

IV.6.3. Contraportada

Llevará en cada número una publicidad a página completa

IV.6.4. Foliatura

La foliatura de Sin Tabú va en la parte inferior de cada página, incluye los datos sobre número de página en la parte externa, nombre de la revista y fecha de publicación.

La tipografía utilizada en la foliatura de la revista es Verdana a 10 puntos. A continuación se representa un modelo de foliatura para página par e impar.



Modelo de Foliatura página par



Modelo de Foliatura página impar

IV.7. Diagramación de la revista

Ahora se describirá los elementos que se emplea para la maquetación o diagramación de la revista.

IV.7.1. Retícula

Para el diseño de Sin Tabú se estableció una retícula de dos a tres columnas de 5,5 cm de ancho con una separación entre cada columna de 0,5 cm.

IV.7.2. Elementos de la unidad informativa

Las particularidades que tienen los diferentes componentes que forman la unidad informativa se explican a continuación

IV.7.2.1. Texto

Los textos principales de Sin Tabú son escritos en Verdana a 10 puntos.

IV.7.2.2. Títulos

Los títulos principales de Sin Tabú son escritos con tipografía Showcard Gothic regular. Dependiendo de cuantas columnas abarque el título en la página y el largo del mismo hace que varíe el tamaño de la fuente.

Los antetítulos fueron escritos en tipografía Tahoma, su tamaño puede variar dependiendo del texto. En ocasiones puede incluir un color, dependiendo de las necesidades de relevancia de información del artículo.

IV.7.2.3. Sumarios

Los sumarios de la revista Sin Tabú se trabajaron en Verdana, el tamaño de su letra puede variar entre 10 y 11 puntos dependiendo de la necesidad de impacto del mismo y del espacio de diagramación.

IV.7.2.4. Leyendas

En Sin Tabú se manejaron Leyendas Normarles dispuestas debajo de la fotografía en Verdana, 9 puntos y Regular.

IV.7.2.5. Disposición de publicidad

La publicidad de Sin Tabú en la edición n° o: es ha página completa. Sin embargo, no es rígida la disposición de la publicidad dependerá siempre de las necesidades, exigencias y posibilidades de los anunciantes, los avisos son distribuidos en todos los espacios de la revista.

IV.8. Redacción de la revista

La revista Sin Tabú ofrecerá a los adolescentes herramientas de conocimiento que les permitirán afrontar con responsabilidad su vida sexual. Hará evidente que existe una realidad bastante seria en cuanto a la problemática de educación sexual.

Partiendo de allí, Sin Tabú procurará manejar y abordar mes a mes, con contenidos de calidad, amplitud suficiente y sobre todo con un lenguaje apropiado, la información que deberían brindar, tanto los docentes en las escuelas como los padres en sus casas.

IV.8.1. Secciones

Sin Tabú está constituida de 4 secciones: Sabias que... Mitos del Sexo, Un cuento de @QueLeer y Preguntas Frecuentes.

1. Sabias Que es una sección que busca romper algunos mitos que rodean a la temática sexual, aclarando falacias alrededor de los métodos anticonceptivos.
2. Mitos del Sexo abarca temas como el punto g, el tamaño de pene y la masturbación y los enfrenta con falsas creencias populares.
3. Un cuento de @QueLeer pretende introducir a los jóvenes a la literatura, con una historia narrada bajo los hilos de una crónica dramatizada desde una experiencia.
4. Preguntas Frecuentes responderá a las dudas más comunes que se presentan en la población adolescente en cuanto a la función sexual, la virginidad, el acto sexual y la masturbación.

IV.9. Edición N°0

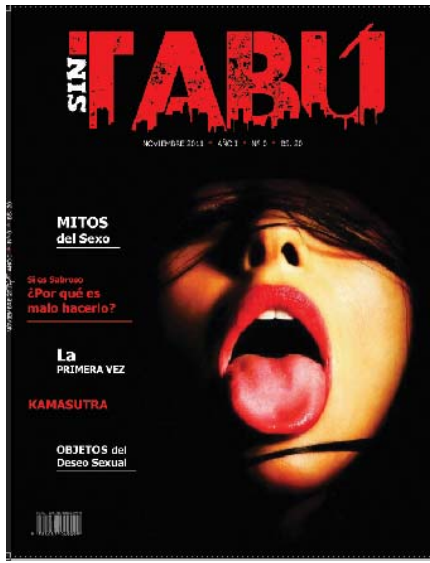
En este apartado se presentara todos los elementos que componen el número cero de la revista Sin Tabú.

IV.9.1. Portada

La portada en el ejemplar “0” de la revista tiene el nombre de artículos y secciones más importantes que se encuentran dentro de ella. No por estar dirigida a adolescentes se procuro que la tapa fuese lo más limpia, sobria y elegante posible.

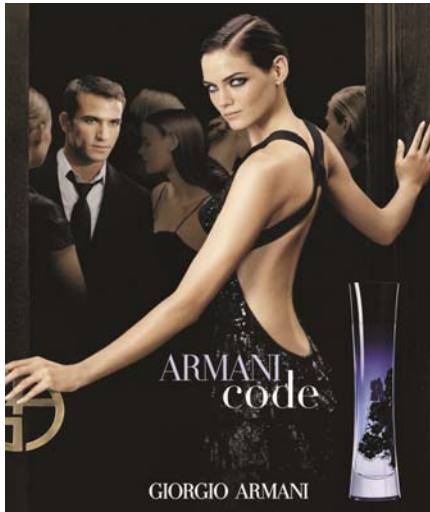
Con la finalidad de captar la atención del público objetivo, se uso una imagen sencilla y que genere una polémica sutil al ser vista.

En la portada también encontraran datos como el precio del ejemplar, la fecha de distribución y su respectivo código de barras.



IV.9.2. Contraportada

La contra portada, siempre llevará una publicidad completa. Para el ejemplar número 0, llevará un aviso de la fragancia Giorgio Armani (Code), tal y como se puede apreciar en la siguiente imagen.



IV.9.3. Concepto de Diseño

Como Sin Tabú busca presentar de una manera más didáctica contenidos de alta densidad informativa, se prefirió trabajar bajo un patrón de uniformidad. Se fusionaron los textos con imágenes, para captar aun más la atención del lector, contando con que la paleta de colores con la que se trabajó, maneja tonos impactantes que hacen resaltar el mensaje a transmitir.

Sin embargo para que la revista por ser diseñada bajo los parámetros de la uniformidad, se escogieron diagramaciones y tonalidades diferentes a la del patrón, sin que chocase con el diseño que se venía manejando.

Debido a que Sin Tabú, es una revista en la cual se encuentran diversos artículos informativos y de prevención, a estos se les colocó bajo el

patrón de diseño de los colores rojo, negro y blanco. Y, por el contrario las secciones fueron maquetadas bajo colores azul, morado y fucsia para que así se distinguiesen de los artículos y entrevistas. A su vez se trabajó de esta forma para darle aire de frescura a la revista y no aburrir visualmente al lector.

IV.9.4. Machote

El mismo constará de 8 pliegos, en donde el primero tendrá 4 páginas, ya que la portada y contraportada se monta en un formato diferente por el material de trabajo y los 7 pliegos restantes tendrán 28 páginas.

A continuación se presentará una maqueta básica de cómo se desea distribuir los espacios de la edición número 0 de la revista Sin Tabú.



PORTADA



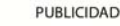
PUBLICIDAD



EDITORIAL



ÍNDICE



PUBLICIDAD



LA "CAMA" IMPLICA RESPONSABILIDAD



SECCIÓN ¿SABIAS QUE...



PUBLICIDAD



SECCIÓN NIÑAS MADRES



EL PUNTO G Y OTROS DECIRES



LAS HIJAS DEL ENCUENTRO INSEGURO



EL CUERPO A CUERPO DEBE PARTIR DEL RESPETO



MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS



SI ES TAN SABROSO ¿POR QUÉ ES MALO HACERLO?



PUBLICIDAD



PRIMERA VEZ



CONSEJO PARA PADRES DE EDUCACIÓN SEXUAL



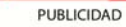
KAMASUTRA



SECCIÓN EL CLUB DE LA MASTURBACIÓN



CERCA DE CUATRO KILOMETROS DE SEXO SIN LÍMITES



PUBLICIDAD



SECCIÓN RESPUESTAS A ALGUNAS INQUIETUDES SEXUALES



HORÓSCOPO



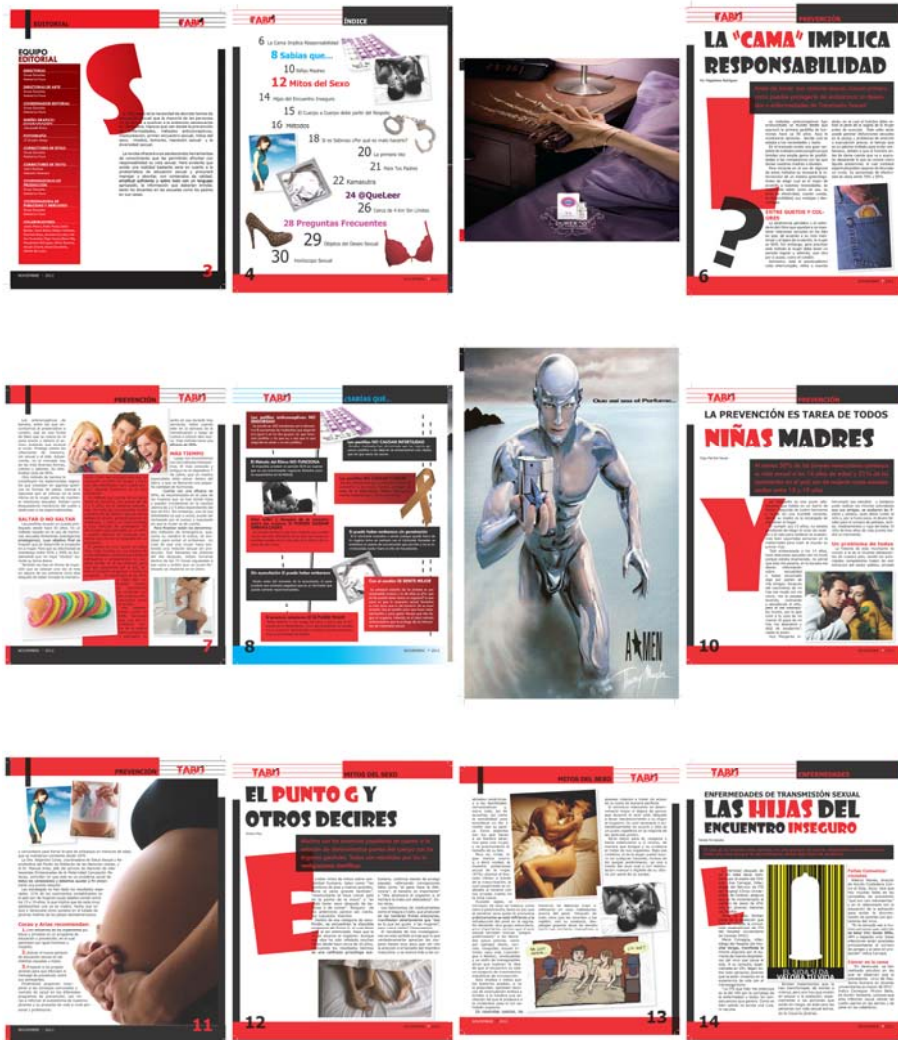
PUBLICIDAD



PUBLICIDAD

IV.9.5. Páginas maquetadas

Para el diseño de la revista, se realizaron 5 páginas maquetadas, en donde están las 4 secciones y una principal, que se usaran para los artículos, entrevistas, afiches, sumario y editorial. En este segmento se mostrarán las páginas diseñadas de la revista Sin Tabú de la página 1 a la página 32.



EDUCACIÓN SEXUAL TABM

EL CUERPO A CUERPO DEBE PARTIR DEL RESPETO

Cada vez que se habla de educación sexual se suele caer en el error de pensar que se trata de un tema puramente técnico, de transmitir conocimientos sobre anatomía y fisiología. Sin embargo, la educación sexual debe ser un proceso integral que aborde también aspectos emocionales, sociales y culturales.

El respeto es la base de cualquier relación sexual saludable. Sin él, el sexo puede convertirse en un acto de violencia o de explotación. Por eso, es fundamental enseñar a los jóvenes desde temprana edad a respetar su propio cuerpo y el de los demás.

Esto implica aprender a decir no, a establecer límites y a reconocer los propios sentimientos. La educación sexual debe empoderar a las personas, dándoles las herramientas necesarias para tomar decisiones responsables y seguras.

Además, es importante fomentar la comunicación y el diálogo entre parejas. El sexo es un acto compartido que requiere de confianza y honestidad. Solo así se puede disfrutar plenamente de la intimidad y fortalecer la relación.

En definitiva, la educación sexual debe ser un proceso continuo que evolucione con el tiempo y las circunstancias. Solo así podremos construir una sociedad más respetuosa y responsable.

15

MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS FARM

MÉTODOS HORMONALES

• Inyectables: 99.7%
• Píldoras: 99.7%
• Parches: 99.7%
• Anillos vaginales: 99.7%

MÉTODOS QUIRÚRGICOS

• Ligadura de trompas: 99.9%
• Vasectomía: 99.9%

MÉTODOS NATURALES

• Método de ritmo: 96%
• Método de temperatura: 99.2%

16

MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS FARM

MÉTODOS MECÁNICOS

• Diafragma: 92%
• Capuchón: 98%

MÉTODOS DE BARRERA

• Condón masculino: 98%
• Condón femenino: 95%
• Dildo: 99.9%

17

FARM

¿SI ES TAN SABROSO ¿POR QUÉ ES MALO HACERLO?

Cada vez que se habla de sexo se suele caer en el error de pensar que se trata de un acto puramente físico. Sin embargo, el sexo es un acto integral que involucra también aspectos emocionales y psicológicos.

El sexo puede ser una experiencia maravillosa que fortalece la relación entre parejas. Sin embargo, también puede ser una experiencia dolorosa o desagradable. Esto depende de muchos factores, como la comunicación, el respeto y el consentimiento.

Es importante recordar que el sexo debe ser un acto voluntario y seguro. Nunca se debe forzar a nadie a tener sexo. Si alguien experimenta dolor o molestias durante el sexo, es fundamental buscar ayuda médica.

Además, es importante utilizar métodos anticonceptivos para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual. El sexo seguro es el sexo responsable.

18

EXPERIENCE ENHANCER DEVICE

19

FARM

LA PRIMERA VEZ

UN INSTANTE DE CULPABILIDAD, DUDAS Y MIEDOS

El momento de la primera vez es un instante de culpabilidad, dudas y miedos. Es un momento que marca el inicio de la vida sexual y que puede ser muy emocionante, pero también puede ser muy intimidante.

Es importante recordar que la primera vez es un acto voluntario y seguro. Nunca se debe forzar a nadie a tener sexo. Si alguien experimenta dolor o molestias durante el sexo, es fundamental buscar ayuda médica.

Además, es importante utilizar métodos anticonceptivos para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual. El sexo seguro es el sexo responsable.

20

PARA LOS PADRES FARM

CONSEJOS PARA PADRES SOBRE EDUCACIÓN SEXUAL

Nuestros hijos están creciendo y necesitan que los padres les enseñen sobre educación sexual. Esto puede ser un desafío, pero es fundamental para su bienestar.

Los padres deben hablar con sus hijos sobre los riesgos del sexo, como los embarazos no deseados y las enfermedades de transmisión sexual. También es importante enseñarles a respetar su propio cuerpo y el de los demás.

Además, es importante fomentar la comunicación y el diálogo entre padres e hijos. Los hijos deben sentirse cómodos hablando con sus padres sobre temas relacionados con la sexualidad.

En definitiva, la educación sexual es un proceso que debe involucrar a los padres. Solo así podremos preparar a nuestros hijos para tomar decisiones responsables y seguras.

21

FARM

KAMA SUTRA

22

KAMA SUTRA FARM

23

FARM

EL CLUB DE LA MASTURBACIÓN

DOS CUENTOS DE ROBERTO MARTÍNEZ BACHRECH TOMADO DE VULGAR

Masturbación es un acto que ha sido objeto de muchos mitos y tabúes. Sin embargo, es un acto natural y saludable que puede ayudar a conocer mejor el propio cuerpo.

Es importante recordar que la masturbación debe ser un acto voluntario y seguro. Nunca se debe forzar a nadie a masturbarse. Si alguien experimenta dolor o molestias durante la masturbación, es fundamental buscar ayuda médica.

Además, es importante utilizar métodos anticonceptivos para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual. El sexo seguro es el sexo responsable.

24

¿QUÉ LEER FARM

25

FARM

CERCA DE CUATRO KILÓMETROS DE SEXO SIN LÍMITES

Los límites del sexo son un tema que ha sido objeto de muchos debates. Sin embargo, el sexo es un acto que puede ser muy divertido y emocionante.

Es importante recordar que el sexo debe ser un acto voluntario y seguro. Nunca se debe forzar a nadie a tener sexo. Si alguien experimenta dolor o molestias durante el sexo, es fundamental buscar ayuda médica.

Además, es importante utilizar métodos anticonceptivos para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual. El sexo seguro es el sexo responsable.

26



FARM **RESPUESTAS A ALGUNAS INQUIETUDES SEXUALES**

FUNCION SEXUAL
 ¿Por qué tengo la sensación de que estoy perdiendo el control cuando estoy teniendo relaciones sexuales?
 ¿Cómo puedo mejorar mi vida sexual?
 ¿Qué puedo hacer para sentirme más segura durante las relaciones sexuales?

PROBLEMAS DE FERTILIDAD
 ¿Por qué tengo problemas de fertilidad?
 ¿Qué puedo hacer para mejorar mis posibilidades de quedar embarazada?

LA VIRGENIDAD
 ¿Cómo puedo saber si soy virgen?
 ¿Qué puedo hacer para perder la virgen de forma segura?

LA MASTURBACION
 ¿Es normal masturbarse?
 ¿Qué puedo hacer para controlar mis deseos sexuales?

28

FARM **REPRIMIRLO ES NEGAR SU NATURALEZA**
EL DESEO SEXUAL

Nuestro cuerpo está diseñado para sentir placer sexual. Sin embargo, muchas mujeres se sienten frustradas porque no pueden satisfacer sus deseos sexuales. Esto puede deberse a una variedad de factores, como la falta de información, la ansiedad o la depresión. Es importante entender que el deseo sexual es una parte natural de la vida humana y no hay nada de malo en querer satisfacerlo. Si estás teniendo problemas, habla con un profesional de la salud o un consejero sexual para obtener ayuda.

29

FARM **HOROSCOPLO KAMASUTERA**

ARIES ♈ CÁNCER	TAURO ♉ LEO	GÉMINIS ♊ VIRGO
LIBRA ♎	ESCORPIÓN ♏	SAGITARIO ♐
CAPRICORNIO ♑	ACUARIO ♒	PISCIS ♓

30

IV.10. Implementación y factibilidad del proyecto

IV.10. 1. Periodicidad y tiraje

La revista Sin Tabú, será distribuida mensualmente, con tres mil ejemplares.

IV.10. 2. Distribución

La distribución de Sin Tabú, será en puntos específicos como: quioscos de revistas, en librerías, liceos, centros de planificación familiar y sala de espera de consultorios ginecológicos, para de esta manera llegarle a nuestro público.

IV.10. 3.Target

La revista Sin Tabú va dirigida adolescentes con edades comprendidas entre los 12 y 18 años, ubicados en Venezuela, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C⁺

IV.10. 4. Precio

20bsf.

IV.10. 5. Sistema de impresión

Portada y Contraportada (4 páginas)

- ✓ Formato: 21,59 cm x 27,94 cm.
- ✓ Tipo de papel: Glasse 300 gr.
- ✓ Gramaje: 300
- ✓ Tintas: full color

Tripa

- ✓ Formato: 21,59 cm x 27,94 cm.
- ✓ Tipo de papel: Glasse 150 gr.
- ✓ Gramaje: 150
- ✓ Tintas: full color

IV.10. 6. Presupuestos

✓ **Costo de impresión por unidad**

Cantidad	Descripción	C/U	C/G
28	Impresión glasee 150 gr.	7,60 c/u	2.128
04	Impresión glasee 300 gr	8,8 c/u	35,2
01	Engomado	40 c/u	40
01	Refilado	7 c/u	7
Total			295 Bsf.

✓ **Costo de diseño**

Proyecto	Descripción	Tiempo	C/U	C/G
Diseño de la revista	Revista tamaño carta: 32 pág.	1 hora por cada pág. doble	50 c/u	800
Diseño de la revista	Diseño de porta y contra portada	2 horas por ambos artes	100 c/u	200
Total:				1.000 Bsf.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- ✓ Se propuso como objetivo diseñar y producir una revista de educación sexual para adolescentes, Sin Tabú es el principal producto.
- ✓ Se constató a través de encuestas que los jóvenes cuentan con escasa información, recibida en sus hogares, en las escuelas o en los grupos de referencia.
- ✓ Los adolescentes viven su sexualidad con mayor sujeción y esto se evidenció en los embarazos precoces, abortos clandestinos y prostitución inducida.
- ✓ Sin Tabú es una alternativa para la ruptura de tabúes sexuales, con contenidos que captan la atención de los adolescentes.
- ✓ La revista propone reforzar el abordaje de temas intrínsecos vinculados al sexo y la sexualidad.
- ✓ La capacidad comunicativa de Sin Tabú puede llegar a responder las inquietudes de los adolescentes.
- ✓ Sin Tabú desprende prenociones, prejuicios, preconceptos que entorpecen el desarrollo social, físico y psicológico de los jóvenes venezolanos.
- ✓ En los próximos números la revista tratará de examinar esta problemática, procurando aumentar el nivel de información en materia de educación sexual.

- ✓ En ella se espera haber dado respuesta a la necesidad de una publicación con contenido informativo y de orientación sexual de contenidos no convencionales dirigidos a los adolescentes venezolanos.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Alarico G., Carlos. La Gerencia de la Imagen, Panapo, caracas 2008.
- ❖ Ambrose, Gvin and Paul, Harris. Fundamento del Diseño Creativo. Editorial Parramon, Barcelona, España 2006.
- ❖ Balestrini, Mirian. Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación. Editorial BI Consultores Asociados, Carcas, Venezuela 2001.
- ❖ Bianco, F. (2010).volumen VX. Número 2. Revista de sexología.
- ❖ Blackwell, Lewis. La Tipografía del Siglo XX. Gustavo Gil. Barcelona. 2003.
- ❖ Calzadilla, D (1996) De tu a tu: investigación y diseño para la creación de una revista especializada en comunicación. Caracas: Tesis de Licenciatura, Escuela de Comunicación Social, UCV.
- ❖ Castejón, E. (1986). Revista, periodismo no diario. Venezuela Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela.
- ❖ Claret, Arnoldo. Como hacer y defender una tesis. Editorial texto. Caracas, 2007.
- ❖ Cobo, D y Mejías, C. (2010).Dfv: Revista especializada en deportes femeninos venezolanos. Caracas: Tesis de Licenciatura, Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela
- ❖ Cordero, X. (2007). Revista , Reflexiones sobre educación sexual desde una perspectiva holística
- ❖ Edición especial del aniversario 69, de Ultimas Noticias Puro Sexo, septiembre 2010.

- ❖ Edición especial del aniversario 69, de Últimas Noticias Puro Sexo, septiembre 2010.
- ❖ Espejo Cala, C. (1998) Historia de la comunicación escrita: de la prehistoria a la irrupción de la imprenta) Madrid: Alcalá de Guadaíra.
- ❖ Fabris, S y Germani, R: Color: Proyecto y estética en la artes gráficas. Ediciones Don Bosco, Barcelona 1993.
- ❖ Fidiás G. Arias "El Proyecto De Investigación. Guía para su elaboración" (3ra. Edición), Editorial Espíteme. Caracas, 1999.
- ❖ Foges, Chris. Diseño de Revista. Editorial Mc Graw Hill Interamericana, Ciudad de México, México 2000.
- ❖ Frutiger, Adrian, En torno a la Tipografía. EG Ediciones, Barcelona, España. 2004.
- ❖ Gubern, R. (1996) La mirada opulenta. España: Edit. GG.
- ❖ Hernández R, Ana J (2002). Planificar la Comunicación. Revista latina de comunicación social, # 48.
- ❖ Instituto de artes visuales. Diseño editorial y publicitario. (2004).
- ❖ Kupepers, Harald: Fudamento de la Teoría de colores. Ediciones G. Gilli, S.A, México, 1992.
- ❖ Leslie, Jeremi. Nuevo Diseño de Revistas. España: Editorial Gustavo Gili. Barcelona 2000.
- ❖ March, M (1991) Tipografía creativa. España: Gustavo Gili.

- ❖ Olivares, A y Vargas, S. (2010). Osadía: Revista venezolana para mujeres emprendedoras. Caracas: Tesis de Licenciatura, Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela.
- ❖ Proenca, Rafael: Diccionario de publicidad y diseño gráfico. 3r Editores, 1999.
- ❖ Ramírez, N. (1998): "Estrategias para la enseñanza de la educación sexual. Propuesta de actualización para docentes del octavo grado de educación básica". En: Revista Sexología. Vol. III, 1. Enero-Junio. Caracas, Venezuela.
- ❖ Revista Iberoamericana de Educación ISSN: 1681-5653 nº 45/1 – 25 de enero de 2008 EDITA: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- ❖ Riera, C (1997) la infografía en los periódicos: audición, descripción u clasificación de los gráficos informativos en la prensa contemporánea. Caracas: Tesis de Licenciatura, Escuela de Comunicación Social, UCV.
- ❖ Robert, Scott: Fundamentos del diseño. Editorial Victor Leru, Buenos Aires, 1974.
- ❖ Wong, W. (1995) Fundamentos del Diseños. Barcelona: Gustavo Gili.
- ❖ <http://www.albertobarradas.wordpress.com>.
- ❖ <http://www.aloj.us.es/galba>
- ❖ <http://www.conelpapa.com/cursojovenes/formacion/adolescente.htm>
- ❖ <http://www.cosassencillas.com>

- ❖ <http://definicion.de/revista/>
- ❖ <http://www.educacionsexual.org/sexualidad-sexualidad-cultura-historia.html>
- ❖ <http://elcuerpohumanoen.blogspot.com>
- ❖ <http://www.enplenitud.com/nota.asp?notaid=498#ixzz1F2zHeOPA>
- ❖ <http://escuela.med.puc.cl/paginas/ops/curso/lecciones/Leccion15/M3L15Leccion.html>
- ❖ <http://www.google.co.ve/search?gcx=w&sourceid=chrome&ie=UTF-8&q=verdana>
- ❖ <http://www.grupoambos.com/>
- ❖ <http://guiajuvenil.com/>
- ❖ <http://guiajuvenil.com/educacion-sexual/index.php>
- ❖ <http://knowhowcomunicacion.blogspot.com>
- ❖ <http://knowhowcomunicacion.blogspot.com>
- ❖ <http://www.onusida.org.co/sexcultura.htm>
- ❖ <http://www.pediatraldia.cl/edadolecentes.html>
- ❖ <http://prosalud.org.ve/public/documents/20100810201281451040.pdf>
- ❖ <http://www.proyectacolor.cl>
- ❖ http://www.redparaellas.com/maternidad_y_familia/educacion_sexual_1.html
- ❖ <http://www.rioei.org/deloslectores/1989Cordero.pdf>

- ❖ http://www.sexualidad.es/index.php/Categor%C3%ADa:Educaci%C3%B3n_sexual
- ❖ http://www.sexualidad-salud.com.ar/educacion_sexual.htm
- ❖ <http://sobrecolor.es.blogspot.com/2008/06/amor-sexo-y-colores.html>
- ❖ <http://www.venelogia.com/ex/tag/Ministerio+de+salud>
- ❖ <http://www.venelogia.com/archivos/3078/#content>
- ❖ <http://www.vidaysalud.com/category/daily/salud-sexual/?gclid=CO72kZORpacCFUIN4AodBSDGDQ>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tahoma>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tab%C3%BA>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tab%C3%BA>

Anexo



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA



ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA PARA TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

EDAD: _____ SEXO: _____ NOMBRE DE TU COLEGIO: _____ -

ZONA DE
RESIDENCIA: _____

1. ¿Conoces el significado de la palabra sexo? Si _____ No _____ De ser afirmativa tu respuesta explica el significado que tiene para ti.

2. ¿Mencione uno o varios temas que consideres tengan que ver con la palabra sexo?

3. En una escala del 1 al 5 ¿cómo calificas tus conocimientos sobre sexo? Entendiendo que 1 es el valor más bajo y 5 el más alto.

4. En una escala del 1 al 5 ¿cómo calificas tus conocimientos sobre sexualidad? Entendiendo que 1 es el valor más bajo y 5 el más alto.

5. En una escala del 1 al 5 ¿cómo calificas tus conocimientos sobre educación sexual? Entendiendo que 1 es el valor más bajo y 5 el más alto.

6. ¿Cuáles son tus principales inquietudes con temas relacionados al sexo?

7. ¿En cuáles colores piensas al oír, al hablar o leer sobre sexo?

8. ¿Qué imágenes se vienen a tu mente al oír, al hablar o leer sobre sexo?

9. ¿Sabías que todo niño y adolescente tiene derecho a una educación sexual?

Si____ No____

10. ¿Leerías una revista educación sexual hecha especialmente para adolescentes?

Si____ No____

11. ¿Qué artículos informativos y de entretenimiento te gustaría encontrar en ella?

12. ¿Consideras que en tu hogar o en tu colegio te imparten suficiente información de materia sexual? Si____ No____ De ser negativa tu respuesta explica ¿Por qué?

13. Cuando conversas con tus amigos sobre sexo, ¿cuáles son los temas que más suelen discutir?

14. ¿Eres sexualmente activo? Si___ No___ De ser afirmativa tu respuesta, explica cómo ha sido tu experiencia.

15. ¿Empleas algún tipo de método anticonceptivo?

Si___ No___

NOTA: La información obtenida con la aplicación de esta encuesta será de carácter confidencial y anónimo; de uso académico.