

**Estrategias de contenidos digitales para el blog de Prensa Escuela en
formación ciudadana para jóvenes**

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador-Periodista

Nicole López Velásquez

Asesor

Lina María Acosta Quiroz

Magíster en Educación y Desarrollo Humano

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Caldas-Antioquia

2019

Contenido

Listado de tablas.....	4
Listado de apéndices.....	5
Listado de ilustraciones	6
Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Justificación	12
Impacto tecnológico	12
Impacto social y económico	13
Objetivos.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos	15
Marco teórico.....	16
Responsabilidad social	16
Educomunicación.....	21
Formación ciudadana.....	24
La juventud en la generación Z.....	26
Prensa Escuela.....	28
Blogs	31
Metodología.....	35
Análisis de resultados.....	38
The Learning Network – The New York Times	46

Prensa Escuela – La Voz de Galicia	50
El País de los estudiantes – El País de España	54
Newseum ED – Newseum.....	58
Plan de acción propuesto para implementar en el blog de Prensa Escuela ..	62
Conclusiones	66
Recomendaciones	67
Referencias	68
Apéndices	71

Lista de tablas

Tabla 1. Páginas a analizar con modelo Benchmarking	36
Tabla 2. Instituciones a las cuales pertenecen los estudiantes encuestados	38
Tabla 3. Lugares de residencia de jóvenes encuestados	40

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta a jóvenes entre los 13 y 18 años de edad	71
Apéndice B. Apreciaciones generales por parte del grupo de Prensa Escuela con respecto a las encuestas realizadas a jóvenes	75

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Ejes principales de la responsabilidad social corporativa	17
Ilustración 2. Fórmula de la educomunicación.....	23
Ilustración 3. Diferencia entre “Millenians” y “Generación Z”	27
Ilustración 4. Etapas del Benchmarking.....	37
Ilustración 5. Sexo de los jóvenes encuestados	39
Ilustración 6. Escala de 1 a 5 de las plataformas más frecuentadas por los jóvenes encuestados.....	40
Ilustración 7. Respuesta a la pregunta número siete : ¿para qué usas las redes sociales?	42
Ilustración 8. Contenidos de interés para los jóvenes en redes sociales.....	43
Ilustración 9. Frecuencia con la que los jóvenes visitarían páginas con contenido su interés.....	44
Ilustración 10. Respuestas a la pregunta número once: ¿conoce usted el blog del programa Prensa Escuela?	44
Ilustración 11. Temas que algunos de los encuestados recuerdan haber leído en el blog de Prensa Escuela.....	45
Ilustración 12. Formatos que usarían los jóvenes para narrar historias en el blog de Prensa Escuela.....	46
Ilustración 15. Textos escritos por estudiantes en <i>The Learning Network</i>	48
Ilustración 16. Botón de ingreso a los pasatiempos y encuestas en The Learning	48
Ilustración 17. Preguntas formuladas en el club de conversación	49

Ilustración 18. Pantallazo noticia del día - La Voz de Galicia	50
Ilustración 19. Pantallazo de la sección "Fueron noticia" del diario La Voz de Galicia	51
Ilustración 20. Pantallazo sección "pregunta a un periodista" de la Voz de Galicia	52
Ilustración 21. Pantallazo sobre concurso realizado por Prensa Escuela - La Voz de Galicia	52
Ilustración 22. Pantallazo de recursos para el uso del periódico en el aula.....	53
Ilustración 23. Grupo de visitantes de la Voz de Galicia y el Museo Santiago Rey Fernández	53
Ilustración 24. Charlas de periodistas de la Voz de Galicia en colegios	54
Ilustración 25. Pantallazo sección "profesores" en El País de los Estudiantes...	55
Ilustración 26. Pantallazo de hilos de historias con contenido audiovisual	56
Ilustración 27. Pantallazo sobre concurso y premios del País de los Estudiantes	56
Ilustración 28. Pantallazo de guías para la realización de contenidos.....	57
Ilustración 29. Pantallazo de la sección <i>EDCollections</i>	58
Ilustración 30. Pantallazo de galería <i>Lesson Plans</i>	58
Ilustración 31. Pantallazo sección <i>Artifacts</i> o periódicos antiguos.....	59
Ilustración 32. Pantallazo de la sección <i>Classes & Training</i>	59
Ilustración 33. Pantallazo de testimonios en Newseum Education	60

Resumen

El trabajo de grado “Estrategias de contenidos digitales para el blog de Prensa Escuela en formación ciudadana para jóvenes”, está articulado al programa de responsabilidad social del periódico El Colombiano, un medio de comunicación regional con alcance nacional, como un proyecto que permite la formación de jóvenes entre los 13 y los 18 años de edad, en torno a la fusión de medios comunicativos digitales y procesos de educación formal.

Parte de la estrategia formativa de Prensa Escuela se desarrolla a través de un blog con contenidos propuestos inicialmente para los jóvenes participantes en los talleres, por lo cual fue importante a través de encuestas semiestructuradas conocer sus gustos y necesidades educomunicativas en el ámbito digital, con la idea fundamental de acercarlos al blog y a la información de actualidad con contenidos aptos y llamativos para su edad. En consecuencia, se realiza una búsqueda bibliográfica sobre educomunicación, la importancia de la responsabilidad social en las compañías, antecedentes de Prensa Escuela, intereses de los jóvenes enmarcados en la generación Z con relación a los contenidos digitales, la trascendencia en la actualidad de los blogs y el aporte que se debe brindar en formación ciudadana.

Palabras claves: Responsabilidad social, educomunicación, formación ciudadana, juventud en la generación Z, Prensa Escuela, blogs.

Abstract

The degree work "Strategies of digital contents for the Prensa Escuela blog in citizen formation for young people", is articulated to the social responsibility program of the newspaper El Colombiano, a regional means of communication with national scope, as a project that allows the formation of young people between 13 and 18 years of age, around the fusion of digital communicative media and formal education processes.

Part of the formative strategy of Prensa Escuela is developed through a blog with contents initially proposed for the young participants in the workshops, so it was important through semi-structured surveys to know their tastes and educational and communication needs in the digital environment, with the fundamental idea of bringing them to the blog and current information with contents suitable and striking for their age. Consequently, a bibliographic search is carried out on educommunication, the importance of social responsibility in companies, Prensa Escuela background, the interests of young people framed in generation Z in relation to digital content, the importance of current blogs and the contribution to be made in citizen training.

Keywords: Social responsibility, educommunication, citizen training, youth in generation Z, Prensa Escuela, blogs.

Introducción

Proponer estrategias de contenido digital para Prensa Escuela proporciona un valor agregado a las acciones desarrolladas desde el Periódico El Colombiano en el ámbito social, como un aporte y reconocimiento a la juventud quienes tienen un rol definitivo en el compromiso de aportar su propia visión, valores frente a los procesos de formación ciudadana desde una perspectiva crítica y responsable.

La difusión de mensajes a través de canales digitales, en la actualidad, es uno de los recursos más acertados y de mayor cercanía con el receptor de la información, como son los jóvenes. La importancia que cobran actualmente los espacios en la web como blogs, redes sociales, páginas de videos, audiolibros, entre otros, permiten el desarrollo de canales en las compañías generando mayor impacto en los públicos a intervenir, por ello, se considera significativo entender el lenguaje multimedial en el cual están expuestos y sus intereses particulares en cada una de estas plataformas, teniendo en cuenta lo anterior, este trabajo de grado genera estrategias para atraer a jóvenes al blog de Prensa Escuela, el cual tradicionalmente ha sido un espacio para la interacción entre El Colombiano y los docentes de diversas instituciones a nivel nacional.

Empoderar a los jóvenes e interesarlos en ser lectores con criterio y reflexivos es el enfoque principal de Prensa Escuela desde sus inicios, y ahora con toda la evolución digital y tecnológica, en la cual cada día está más inmersa la juventud, se vio la posibilidad de acercar a los adolescentes entre los 13 y 18 años de edad a un recurso ya existente, el blog Prensa Escuela, con contenido digital educativo y llamativo apto para jóvenes, donde se inquieten por la información real, veraz y coherente y

encuentren en este espacio, un lugar de interés, entretenimiento, acogimiento y además se posibilite la publicación y divulgación de sus escritos, generando posturas analíticas y estableciendo nuevos procesos de conocimiento.

Justificación

Impacto tecnológico

La tecnología, con el pasar de los tiempos, ha tomado mayor fuerza en la vida de cada individuo, especialmente en los jóvenes. Es por tanto imperante realizar estudios conducentes a integrar diversos canales de comunicación con el propósito de propiciar estímulos e interacción en los jóvenes para generar acciones estratégicas educativas acordes a sus expectativas.

En el ámbito educativo cada vez se hace más evidente la importancia de implementar recursos tecnológicos para facilitar el aprendizaje y dinamizar las actividades del conocimiento, es por esto importante adaptarse a los cambios digitales para lograr un proceso de aprendizaje significativo en los estudiantes.

Prensa Escuela es un programa de Responsabilidad Social del periódico El Colombiano, que desde hace 26 años fomenta la lectura, escritura y utilización de la prensa como recurso didáctico, siendo un apoyo importante a la educación. Cuenta con el recurso de un blog dirigido a docentes de preescolar, primaria y secundaria en el cual se publican estrategias y actividades que pueden implementar en procesos de formación con niños y jóvenes.

La cercanía que Prensa Escuela ha tenido con públicos jóvenes le ha permitido evidenciar que sería de gran utilidad contar en el blog con un espacio destinado a ellos, teniendo como objetivo acercarlos a la información de prensa y darles bases que les permitan construir su propio criterio en relación con la información de actualidad.

En este espacio es importante que ellos puedan tener elementos para entender cuál es la estructura de la información, reconocer los géneros periodísticos y permitirse

saber qué tipos de mensajes requieren credibilidad, identificando las fuentes y comprendiendo que hay medios formalmente constituidos donde se puede saber qué está pasando y no dejarse confundir o permear por mensajes inconclusos en redes sociales, todo esto para estar en sintonía con las necesidades informativas de los jóvenes.

Con este trabajo de grado se propone la implementación del mejoramiento continuo del Blog de Prensa Escuela, teniendo como fuentes otros blogs y sitios virtuales que comparten características similares y que serán nuestros referentes, estos nos permitirán obtener datos e ideas para la implementación de los propósitos propuestos.

Impacto social y económico

Prensa Escuela en Colombia como apoyo a la educación tuvo sus inicios en 1993. Con este programa El Colombiano busca darle a los docentes de distintas áreas del conocimiento, elementos para usar la información de actualidad como recurso didáctico y con ella contextualizar el currículo.

El eje transversal del programa de Prensa Escuela es la formación ciudadana. Se quiere aportar al espíritu crítico en niños y jóvenes, enriquecer el hábito de lectura y escritura y fomentar el interés por conocer los contextos en que se desenvuelven.

El blog de Prensa es un espacio dedicado a la creación de elementos y estrategias para el uso de la información como medio didáctico. En este sitio digital es posible compartir experiencias significativas del uso de la prensa como recurso por parte de los maestros que han participado en el programa.

Este proyecto de grado pretende crear estrategias para que los jóvenes sean público del blog de Prensa Escuela y participen de él.

Enfocados en el modelo Benchmarking, se proyecta generar comunidad entorno al Blog de Prensa Escuela, especialmente jóvenes de 13 a 18 años, para que se apropien de este espacio y encuentren en él un lugar para entender la información y la realidad.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar estrategias de contenidos digitales para el blog de Prensa Escuela en formación ciudadana para jóvenes entre los 13 y los 18 años.

Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico de los contenidos del blog de Prensa Escuela.
- Analizar bajo la metodología de Benchmarking distintos blogs de otros procesos dedicados a la implementación de la prensa en los sistemas de formación, bien sea en el ámbito escolar, o fuera de él a nivel nacional e internacional.
- Formular un plan de acción para la generación de contenidos digitales en temas como comprensión y análisis de la información de actualidad, los jóvenes como productores de contenido y de sentido y la responsabilidad en la manera cómo se replica la información.

Marco teórico

Hay seis elementos que componen el aspecto teórico de este trabajo de grado: se inicia con la conceptualización sobre la responsabilidad social, ya que Prensa Escuela surge como un proyecto de Responsabilidad Social de El Periódico El Colombiano, luego se hace un recorrido teórico sobre la educomunicación como eje transversal en las aulas, y en especial por la unión entre procesos de educación y de comunicación como los conceptos donde se funde la misión de la organización El Colombiano y su función social, igualmente se teoriza sobre la trascendencia de la formación ciudadana, los intereses de los jóvenes pertenecientes a la generación Z en el ámbito digital, los antecedentes del programa Prensa Escuela y la importancia de los contenidos en los blogs, los cuales al indagar permitirán generar estrategias digitales para jóvenes en torno al blog de Prensa Escuela como objetivo general de esta investigación.

Responsabilidad social

La responsabilidad social es la contribución por parte de las compañías al desarrollo humano sostenible, centrado principalmente en tres aspectos: las personas, el medio ambiente y los beneficios para el empleado, según el investigador Juan Felipe Cajiga. Nace de una preocupación de varios sectores debido a la violación de derechos humanos, el deterioro del medio ambiente, la desmejora en la calidad de vida de gran parte de la población, la ausencia de ética y estabilidad laboral y tiene como enfoque aportar a la sociedad, a sus empleados o al entorno, brindando un poco de su rentabilidad a proyectos que aporten al capital social o a la calidad de vida de la comunidad.

Ilustración 1. Ejes principales de la responsabilidad social corporativa



Fuente: gerens.pe

La RSE¹ a nivel mundial tiene sus inicios hace un siglo, según el docente James Austin (2000):

Hemos pasado de una filantropía tradicional, en la que se hacía un cheque para quien venía a «pedir», a una relación en la cual las empresas y las organizaciones no gubernamentales empiezan a pensar en cómo pueden interactuar para generar un valor agregado y un impacto social en el país o la comunidad. Las empresas tienen que evolucionar en el concepto de responsabilidad social empresarial y migrar hacia nuevos tipos de relaciones que van mucho más allá de la pura filantropía y que más bien se centran en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad. (p.65)

Para entender la trascendencia de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial, primero hay que explorar el contexto histórico y los hitos que se trazaron antes del reconocimiento de este concepto. El momento inicial se remite a 1919 con la

¹ Responsabilidad Social Empresarial

creación de la Organización Internacional del Trabajo (ILO), donde su objetivo principal fue y es intervenir en asuntos relacionados con el empleo en más de 150 países, este ente genera un hito en la lucha de los derechos humanos, en especial frente a casos de injusticias laborales y de allí comienza a generarse nuevas instituciones para brindar protección específica al cumplimiento de paradigmas sociales, los cuales pretenden la equidad y el respeto en los diferentes roles sociales .

En 1945 surgió la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la cual actualmente es el organismo internacional con mayor intervención en la RSE, como es conocida la Responsabilidad Social Empresarial en sus siglas, y el desarrollo económico y social en 193 países, esta nueva entidad es la sumatoria de varios países unidos para proclamar el cumplimiento y promoción de los derechos humanos.

En 1971 dio sus primeros pasos la organización *Green Peace*, la cual defiende el medio ambiente y marcó una tendencia trascendental en donde las compañías deben tener conciencia en temas de preservación y cuidado medio ambiental, actualmente tiene presencia en todos los continentes.

En el año 2000 en la Cumbre del Milenio y las Metas del Milenio se fijaron ocho propósitos de desarrollo humano que variaron en el 2015 y sirvieron para dar un panorama sobre las necesidades más puntuales e importantes a nivel social en todo el mundo, las cuales, años más tarde las empresas adoptaron para fijar sus propósitos de RSE.

En 2005 se ratificó el protocolo de Kioto que busca generar medidas para evitar la contaminación, donde las compañías deben ser protagonistas en acciones de prevención.

Los antecedentes de responsabilidad social en Colombia según un estudio realizado por la Universidad del Atlántico tienen sus inicios en el siglo XX con el surgimiento de la Fundación Social en 1911 y la conformación de los principales gremios (ANDI², ACOPI³ y Fenalco⁴).

En 1991 se establece la incorporación del valor de la solidaridad y de la justicia social, no solo en el estado sino en los ciudadanos, pactando responsabilidades para las empresas, prevaleciendo el interés social y general, a través del principio constitucional como Estado Social de Derecho, el cual, según el periódico El Tiempo (1997):

Es una organización en forma de república unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista. Fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

En 2004 se crea el Comité Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRSE), como una herramienta de gestión para la evaluación del desempeño de la organización en el ámbito social.

En el año de 2008 el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) inició la creación de un documento llamado Guía Técnica de Responsabilidad Social – GTC 180, donde se define la función principal de RSE:

Es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral

² Asociación Nacional de Empresarios de Colombia

³ Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

⁴ Federación Nacional de Comerciantes

se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico. (Activo Legal, 2013)

Estos hechos históricos han ayudado a fundamentar la trascendencia en el accionar de las empresas frente a la implementación y creación de estrategias respecto a la responsabilidad social empresarial, ya que una organización no debe únicamente centrarse en gestión de finanzas, sino en asumir un compromiso con el impacto social, ciudadano, ambiental, entre otros. Basado en esto (Wulf, 2018) afirma que: "...el rol transformador de la empresa y su función insustituible para generar riqueza, no la exime de incorporar en sus modelos de gestión, compromisos relevantes de responsabilidad social para su vigencia como institución" (p.09).

Una compañía que cuente con un programa de responsabilidad social es un referente con respecto a otras empresas que no han implementado aún esta estrategia, ya que le permite acercarse más a los públicos de interés y crear lazos para fortalecer sus propios objetivos institucionales y aportar a los propósitos sociales y económicos. En consecuencia las organizaciones han de comprometerse desde diversos ámbitos con las necesidades reales de la comunidad en la cual influyen, ello sin lugar a dudas podrá brindarles no solo beneficios en su propia reputación, imagen y/o venta del producto o servicio, sino también en aportar a los deberes y objetivos comunes como miembro activo y productivo de la sociedad.

Educomunicación

La palabra educomunicación es la simplificación de los conceptos de comunicación en el ámbito educativo y la educación en temas que aporten a la comunicación.

La UNESCO (1979) define el término educomunicación como:

Incluye todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación.

La educomunicación ofrece instrumentos para comprender las estructuras de poder, los medios de comunicación, el análisis y criterio al recibir un mensaje, minimizando el riesgo de manipulación dándole valor a la información de actualidad. “La necesidad es que la educación perciba de manera diferente los medios de comunicación y tome en cuenta sus contenidos y la cantidad de mensajes que estos medios transmiten y aprendan a utilizar sus técnicas y sus tecnologías” (Morsy, 1984, p.5).

Para entender el proceso de educomunicación es importante conocer el contexto cultural, Peña y Castellano (2015) expresan:

Cuando hablamos de educomunicación estamos haciendo referencia a una propuesta educativa que permite acceso o apropiación del conocimiento de una forma contextualizada y pertinente. Es una forma de generar conciencia a los problemas locales y globales, los cuales son determinantes, en la medida en que permiten la curiosidad intelectual, así como la capacidad y también la necesidad de cuestionamiento y las acciones que cimientan el pensamiento crítico. (p.229)

Han pasado muchos años desde que Freinet planteó el proceso de aprendizaje desde la creación de contenido escrito para un medio escolar, ahora ya se cuenta con plataformas digitales y multimediales, donde niños, jóvenes y adultos, encuentran recursos para satisfacer sus necesidades ya sean académicas o de entretenimiento, por esto es relevante considerar que la educomunicación va ligada a la innovación en los modelos de educación actuales, los cuales permiten que en los procesos educativos se implementen las diferentes tecnologías, ya que los jóvenes adquieren el conocimiento mucho más fácil de forma didáctica y bajo los recursos digitales que usan día a día.

Hace más de 30 años se planteaban aspectos que se han ido renovando y actualizando con respecto a la educomunicación. Anteriormente la educación era un proceso unidireccional donde los maestros transfundían información y teoría en los estudiantes sin pensar en la importancia o el uso que se le podían dar a todos esos conceptos, sin posibilidad de interlocución, preguntas, cuestionamientos, ni opiniones distintas como lo llamó Paulo Freire: la pedagogía del oprimido. Sin embargo, los últimos años y gracias a la web 2.0, se ha extendido la educación a los conceptos de

transformación, creatividad, participación y colaboración como se evidencia en la ilustración 2. “La educomunicación nos presenta una filosofía y una práctica de la educación y la comunicación basadas en el diálogo y en la participación que no requieren solo de tecnologías sino de un cambio de actitudes y concepciones pedagógicas y comunicativas” (Aparici, 2011, p.13).

La sociedad está en constante evolución, es por esto, que la educación no debe quedarse a un lado, los docentes deben comprender los intereses actuales de los jóvenes y adaptar el currículo para lograr un aprendizaje mayor y coherente, para realizar estas estrategias se puede tener en cuenta la ilustración 2 donde se evidencia los cuatro factores que apoyan la educomunicación, como lo son la participación, la colaboración, la creatividad y la transformación, estos son fundamentales para no quedarse en lo tradicional sino aportar en la inclusión de los mismos estudiantes en el proceso educativo.

Ilustración 2. Fórmula de la educomunicación



Fuente: menteabiertacomunicaciones.com

Formación ciudadana

La formación ciudadana se entiende por aquel proceso que hace parte de la formación de valores como participación y responsabilidad social basados en un compromiso de comunidad, especialmente en las aulas y la adaptación del currículo, como el eje principal en el que se mueve el campo educativo formal.

Eduardo Gasca Pliego y Julio Cesar Olivera (2011) expresan que la formación ciudadana es “una necesidad de construir ciudadanos completos, que se conciben a sí mismos como ciudadanos y no únicamente como votantes” sin embargo para Constanza Mazzina (2012) “educación ciudadana y formación ciudadana son similares y se reducen un poco a su ámbito político para promover la democracia y al acto de elegir”.

Según el libro Democracia y Formación Ciudadana publicado por la Universidad Nacional Autónoma de México, la historia del término formación ciudadana se remite al siglo XX desde la Ilustración, donde se evidenciaron dos necesidades: la de los estados y sistemas políticos de legitimidad y la de los niños y jóvenes de educarse como ciudadanos, esto se dio especialmente en las ciudades occidentales donde se valoraba el vínculo entre educación, desarrollo económico y democracia. En 1810 con la independencia se estableció el laicismo en el ámbito académico, donde lo más importante era que las generaciones mantuvieran el patriotismo y lealtad hacia la patria. A finales del siglo XIX cuando la Iglesia Católica tenía el poder en la educación se hablaba de formación de cuerpo y espíritu, pero en el siglo XX con la Guerra de los Mil Días el país se preguntaba cómo educar para no matarnos. En los años 30 y 40 del siglo XX predominó la llamada “educación cívica” donde se comenzó a dar la

curricularización de ciudadanía en Colombia. A raíz de todos los hechos violentos, en abril de 1948 se hablaba ya de cátedras ciudadanas, sin embargo las clases de ciudadanía en las aulas no fueron una opción para evitar o disminuir la violencia de los ochenta. En 1991 con la nueva Constitución Política, Colombia se convirtió en un estado social de derecho, donde los colegios debían incentivar la democracia para aportar a la apertura ciudadana, como se realiza hasta el día de hoy.

La docente Berta Margarita González (2016) expresa que:

El tema de formación ciudadana constituye una demanda de la educación a nivel mundial. Ante los grandes retos que debe encarar la Humanidad, entre los que se encuentra su propia destrucción, es de vital importancia lograr un ser humano que se apropie de las virtudes que lo definen como tal. (p.3)

La formación ciudadana permite que el individuo se inserte en una sociedad democrática, actualmente esto se debe fortalecer mucho más, para que los jóvenes ven el acto democrático y social como un espacio afortunado donde sus aportes sean válidos y por consiguiente, promuevan cambios sociales. Esto refuerza el tema de formación ciudadana, donde se debe aprender a ser ciudadano, a entender el contexto en que nos desarrollamos, a ser críticos, responsables y reflexivos.

La formación ciudadana se debe entender como el propósito de todo individuo por actuar de forma correcta en pro del bienestar social con pensamientos críticos y decisiones conscientes.

La juventud en la generación Z

La juventud en palabras de Crovi (2010) “aparece como una construcción cultural relativa en el tiempo y en el espacio. Expresado en otros términos, esto significa que cada sociedad organiza la transición de la infancia a la vida adulta mediante formas muy variadas” (p.121).

El término de jóvenes no está solo ligado al cambio generacional sino a las concepciones e identidades generadas según la época histórica en la que se encuentren, una de ellas son los “nativos digitales” o la generación Z, nacidos entre la época de 1995 y 2010, “...esta nueva generación, nacida en pleno auge de las redes sociales, iría desde los preadolescentes hasta los jóvenes de poco más de 20 años que comenzarían a entrar en el mundo laboral”: describe en una entrevista la profesora Mireia Montaña de Comunicación de la Universidad Oberta de Cataluña.

Según un artículo publicado por La Vanguardia (2018), la generación Z se diferencia por algunos aspectos los cuales son:

- No conciben el mundo sin Wi-Fi o internet
- Pueden usar más de tres dispositivos a la vez
- Manejan su propio vocabulario
- Demuestran mayor activismo social
- Buscan trabajos con flexibilidad de horarios y en casa

Los temas más llamativos para esta generación según un estudio realizado por el blog *We Are Content* son los contenidos audiovisuales de deportes, medio ambiente, información de actualidad, vida saludable y publicaciones de influenciadores⁵.

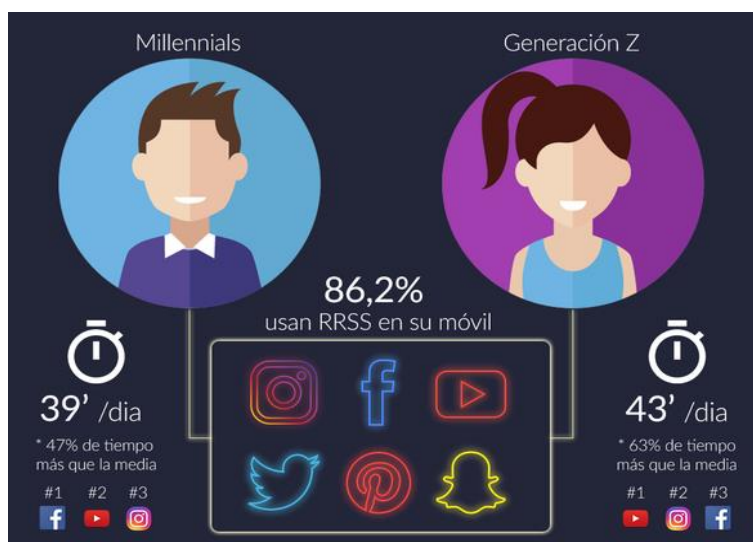
⁵ Persona que genera contenido digital y cuenta reconcomiendo social

Estos jóvenes no se han planteado el modo de funcionamiento de un elemento tecnológico, sino que lo manejan de forma natural, como lo indican Ferrés y Piscitelli (2012): “integran también lenguaje, procesos de producción y programación; ideología y valores; recepción y audiencia; y estética” (p.23).

El cambio tecnológico y los avances que ha traído consigo esta transformación digital, no solo ha sido en el manejo de redes sociales o el diverso contenido albergado en la web, también ha tomado bastante fuerza en el ámbito educativo, ya que la generación Z, los jóvenes nativos digitales, como han sido llamados, han ido cambiando el rol de mando y poder, los roles sociales tradicionales se han ido transformando, según Dancieu y Grosseck (2011):

El docente pasa de ser poseedor de conocimientos a ser el facilitador del proceso de formación, y el estudiante por su parte pasa de ser un organismo que almacena información, a un sujeto activo de su proceso, enfocado en desarrollar habilidades de comunicación, flexibilidad, argumentación de opiniones personales, entre otros (p.146)

Ilustración 3. Diferencia entre “Millenians” y “Generación Z”



Fuente: economiadehoy.es

A raíz de la forma en cómo se vive la web hoy en día, es constante la transformación de las plataformas digitales para satisfacer las necesidades e intereses de los usuarios, especialmente para los jóvenes quienes buscan contenido de fácil acceso, entendimiento y que aporte entretenimiento, como se observa en la anterior ilustración, los jóvenes que hacen parte de la Generación Z pasan más tiempo al día en redes sociales y sus plataformas favoritas son YouTube, Instagram y Facebook.

Prensa Escuela

Prensa Escuela es uno de los programas de responsabilidad social del periódico El Colombiano, el cual fundamentó en el proceso pedagógico del francés Célestin Freinet, docente fundador del término Educomunicación que encontró en la prensa un recurso para una dinámica escolar para generar mayores, mejores y más dinámicos escenarios de aprendizaje, los cuales trascendía de las aulas de clase, a la vida cotidiana:

Me gustaría, sobre todo - escribe Freinet - contribuir a desarrollar el sentido común de los hijos de los trabajadores. Espero que cuando sean mayores, mis alumnos se acuerden de lo que son las hojas impresas: vulgares pensamientos humanos, sujetos por desgracia a error. Y de igual manera que ellos critican hoy sus modestos impresos, deseo que sepan leer y criticar, más tarde, los periódicos que les ofrezcan. (Célestin Freinet, cit. En Elise Freinet, 1977, p.54)

La influencia de las prácticas educativas propuestas por Freinet ha sido de gran impacto a nivel mundial. A raíz de esto se conocen textos de distintos autores haciendo alusión a la importancia de la creación e implementación de los medios escolares en

las instituciones. Freinet vio el diario escolar como un vehículo para la construcción colectiva y la difusión libre de los pensamientos y escritos de sus estudiantes. Desde entonces, cada día es más evidente la trascendencia que los maestros le dan a la información de actualidad en el proceso educativo.

Prensa Escuela tiene sus inicios a nivel mundial en 1932, New York, Estados Unidos, cuando el periódico *The New York Times* decidió ingresar a las aulas y convertirse en un apoyo en temas educativos, con esta finalidad nació *The Newspaper in Education Program*, iniciativa que años más tarde fue adoptada en Latinoamérica por otros medios bajo el nombre de Prensa Escuela o el Diario en la Educación.

En 1993 el periódico El Colombiano por medio de la Asociación Colombiana de Editores de Diarios y Medios Informativos (Andiarios) hoy llamada Asociación Colombiana de Medios de Información (AMI) y por invitación de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación y la Cultura (OEI), decidió tomar el camino de redescubrir la prensa y brindarle un apoyo a la educación desde el correcto uso de la información de actualidad en el ámbito educativo.

La información se convirtió en el alma de Prensa Escuela, que busca desarrollar en las personas un espíritu crítico y observador, fomentar la lectura con criterio y la escritura con responsabilidad, así como estimular el interés por los contextos en los que se vive para construir lazos de solidaridad y respeto, en un entorno que valora la diversidad. (Castellano, Peña, Cano, Cano, Tamayo, 2014, p.11)

Prensa Escuela por medio de diversas estrategias tiene como objetivo lograr que el periódico sea usado como recurso didáctico y aliado en la educación, fortaleciendo

las áreas curriculares y el proceso de formación en niños y jóvenes desde preescolar hasta el grado undécimo.

“Uno de los mayores retos de la educación está en que los saberes escolares adquieran sentido para los estudiantes y les sirvan para participar en la sociedad en la cual están inmersos” (Pérez, 2010, p.23).

Actualmente Prensa Escuela de El Periódico El Colombiano, es considerado uno de los proyectos más destacados bajo la modalidad de prensa en el aula del territorio Colombiano, donde cada año aporta al currículo de más de 100 instituciones de Antioquia y recibe anualmente un promedio de 10.000 visitantes en el programa “conozcamos El Colombiano” un espacio brindado a todas aquellas personas que deseen conocer la producción y elaboración de un periódico. Es miembro activo del Plan Ciudadano de Lectura, Escritura y Oralidad de la Alcaldía de Medellín, realiza talleres con más de 100 estudiantes cada semana los cuales se ejecutan bajo el convenio que existe desde 1994 con la Universidad Pontificia Bolivariana y 2012 con la Universidad de San Buenaventura. Todos los proyectos que se han llevado a cabo y la presencia en eventos como Fiesta del Libro, Días del Libro, Parada Juvenil, han hecho de Prensa Escuela un programa destacado y reconocido en la ciudad.

Es así como Prensa Escuela se ha convertido en una alternativa no solo para promocionar el producto de la organización El Colombiano, sino para generar procesos de responsabilidad social a través de la fusión de un medio de comunicación y los procesos educativos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la comunidad al propiciar espacios de lectura, escritura, análisis reflexivo de la actualidad y de los fenómenos sociales, además de propiciar formación ciudadana, en la que los jóvenes

comprenden el valor de formarse, no solo académicamente, sino como ciudadano entendiendo y valorando su contexto.

Blogs

Los blogs hacen parte de la evolución de la web 1.0 a la web 2.0 originada por la compañía *O'Reilly Media* en el año 2004, los cuales le dieron el nombre a esta transformación digital “la segunda generación” ya que es posible la colaboración online, la conectividad y la facilidad de compartir contenidos entre distintos usuarios sin importar la ubicación.

José Luis Orihuela (2004) define un blog como:

La cronología inversa de las historias (lo más reciente es siempre lo más visible), por los enlaces permanentes (cada historia o post tiene un URL fijo) y eventualmente por la existencia de comentarios (cada historia puede comentarse individualmente). En un blog se encuentra, normalmente, acceso a un archivo cronológico y, eventualmente, temático de las historias publicadas, una lista de enlaces que suelen corresponder a los weblogs que el autor lee con frecuencia, un buscador interno, algún sistema de estadísticas, breve información acerca del autor y una dirección de correo electrónico de contacto. Mediante los enlaces a sitios externos que realiza y los enlaces y comentarios que recibe cada blogger⁶ se inserta dentro de una comunidad o “vecindario”, conformado por esos vínculos comunes y por la familiaridad que adquiere con su grupo de referencia. (p.2)

⁶ Persona que realiza contenidos en blogs

Estos espacios digitales son muy completos ya que agrupan toda la información necesaria que muchas veces no se tiene en cuenta en páginas web u otros sitios, comprendiendo el rol que desempeña el lector, viéndolo más allá que un simple consumidor.

Según López García (2005):

Las características que definen un blog son el marcado carácter individual de este tipo creaciones, la disposición cronológica de los contenidos y la interactividad proporcionada por la posibilidad de incluir comentarios a los artículos. Los usuarios de los blogs consideran que tener uno puede suponer un medio de expresión libre, un espacio en el que se puede ofrecer información paralela a la oficial, un lugar para compartir conocimiento, una forma de profundizar en temas de interés personal, una forma de creación literaria o artística. (p.9)

Los blogs se han convertido en un espacio de interacción entre el emisor y el receptor de la información, donde se puede establecer una comunicación más cercana, lo cual lo hace más llamativo para cierto público que busca conocer quién está detrás de los escritos y publicaciones.

Los blogs y las plataformas digitales en general tienen un enlace particular con la educación, ya que estos se pueden convertir en un aliado por su potencial y cercanía con los distintos públicos.

Los aportes que se pueden extraer del uso de un blog para temas educativos, según José Ruíz (2013) son:

- Constituyen una nueva forma de aprendizaje en el que la lecto-escritura adquiere una nueva dimensión
- Generan un intercambio horizontal de experiencias, producción y distribución de contenidos
- Crean nuevas expectativas dentro y fuera del aula
- Constituyen una nueva forma de impartir docencia
- Introducen la alfabetización digital en el aula de forma integral e integra las TIC en los contextos de trabajo
- Proporcionan una herramienta gratuita y fácil de usar
- Aumento de la colaboración e interacción entre el alumno y el docente
- Supone una manera de publicación inmediata
- Constituye una herramienta muy valiosa para crear “hilos” temáticos de debate
- Permite crear una base de datos de la materia de continua consulta y actualización
- Invierte el rol pasivo del alumno, aumentando los cauces de participación
- Automotiva mediante la utilización de los comentarios
- Al constituir un sistema horizontal de comunicación fomenta los comportamientos democráticos
- Supone una herramienta fácil, rápida y gratuita de crear un gestor de conocimiento al que se puede acceder desde cualquier lugar y a cualquier hora

Con la web 2.0 evolucionaron los blogs, las redes sociales, la folcsonomía⁷, las wiki⁸, las páginas de vídeos, los e-books⁹, los audiolibros, entre otros, los cuales tienen una característica y es generar comunidad entorno a un tema o interés específico, ya que actualmente tienen mayor uso estas plataformas que las tradicionales como la prensa, la radio o la televisión.

Puede decirse sin temor a equivocarse que en la actualidad vivimos un momento particular en la historia de la humanidad, en el que la sociedad está siendo transformada en su totalidad gracias al avance y desarrollo tecnológico, la globalización y la migración de una sociedad industrial a una sociedad del conocimiento. (Castaño, 2009, p.144)

Los blogs en el aula se pueden convertir en un aliado de la pedagogía, donde el docente puede brindarle un enfoque más digital a la clase y asimismo obtener la atención del estudiante de manera más efectiva, aportando de este modo al conocimiento y educación siendo pertinentes con la evolución digital y tecnológica.

⁷ Clasificación de la información mediante etiquetas por parte de los usuarios de la misma

⁸ Comunidad virtual

⁹ Libro electrónico

Metodología

El alcance inicial de este trabajo de grado es de indagación y construcción de metodologías aptas para incorporar en el blog de Prensa Escuela y que sea de interés para jóvenes desde los 13 hasta los 18 años de edad.

El enfoque y método de esta investigación es mixto, a través del uso de herramientas investigativas como las encuestas semiestructuradas, en el ámbito cuantitativo las percepciones e intereses de los jóvenes entre los 13 y 18 años de edad respecto a los contenidos digitales informativos, educativos y de entretenimiento; y en el aspecto cualitativo el porcentaje de apropiación de algunos términos y frecuencia de visita en ciertas redes sociales o páginas web. Además, el uso del método Benchmarking para analizar algunas páginas con objetivos similares a los del blog de Prensa Escuela y referentes a nivel internacional, estos aspectos permiten una mirada mucho más integral y sistémica para el óptimo desarrollo de la metodología investigativa.

Johnson y Onwuegbuzie (2004) definieron el diseño de investigación mixta como: “el tipo de estudio donde el investigador mezcla o combina técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio” (p. 17).

Esta investigación se realiza a partir de una necesidad evidenciada en el programa de responsabilidad social Prensa Escuela del periódico El Colombiano, el cual cuenta con el recurso de un blog educativo que hasta el momento ha sido dirigido a maestros, dada la cercanía que se tiene con el público joven este medio de

información busca crear estrategias para atraerlos y acercarlos a la información de actualidad.

Las técnicas e instrumentos están enmarcados en el método Benchmarking el cual según el autor Balm (1996):

Es la actividad de comparar los propios procesos contra la mejor actividad similar que se conozca, de forma que se establezcan objetivos desafiantes, verdaderos retos, pero alcanzables, y se implemente un curso de acción que permita a la organización de forma eficiente convertirse y mantenerse como el mejor.

Bajo este método se busca observar los siguientes espacios digitales:

Tabla 1. Páginas a analizar con modelo Benchmarking

Blog / Página Web	Medio al que pertenece	País de origen
The Learning Network	The New York Times	Estados Unidos
Prensa Escuela	La Voz de Galicia	España
El país de los estudiantes	El País	España
Newseum	Newseum Org	Estados Unidos

El análisis previo de estas páginas web que son actualmente las más completas a nivel mundial con un enfoque de implementación y uso de la prensa en las aulas y con contenido apto para jóvenes, permitirá comprender el enfoque que se le debe dar a las estrategias para la actualización y mejora del blog de Prensa Escuela del periódico El Colombiano.

Ilustración 4. Etapas del Benchmarking



Fuente: Robertoespinoza.es

Para complementar la información se usa el instrumento de recolección de datos e información por medio de encuestas semiestructuradas, las cuales a través de preguntas cerradas y abiertas, previamente formuladas, busca dar a conocer los intereses de los jóvenes con respecto a los contenidos digitales. Estas encuestas fueron dirigidas a un público entre los 13 y 18 años de edad ([Ver Apéndice Nro. 1](#)), para la elaboración se tuvo en cuenta varios factores, como la edad, las redes sociales más visitadas, la intencionalidad con la que frecuenta ciertas páginas web o aplicaciones, la frecuencia con las que las visita y los gustos e intereses sobre contenidos digitales de cada uno de los encuestados. Y la observación no participante, donde comúnmente el investigador se mantiene al margen del estudio, no interviene en él y su único rol es la recopilación de información, de este modo fue pertinente analizar el blog de Prensa Escuela y la información y datos brindados por los estudiantes encuestados.

Análisis de resultados

A través de la metodología usada se realizaron encuestas semiestructuradas a 98 jóvenes, residentes de Medellín y el área metropolitana pertenecientes a 19 instituciones educativas públicas y privadas del Valle de Aburrá que forman parte del programa Prensa Escuela 2019. Los estudiantes se encuentran ubicados entre los grados séptimos hasta el grado undécimo con un promedio de edades entre los 12 y 18 años de edad quienes pertenecen a distintos grupos sociales y estratos socioeconómicos, esto con el fin de lograr variedad de conceptos sin que sus vivencias influyan en las respuestas.

Tabla 2. Instituciones a las cuales pertenecen los estudiantes encuestados

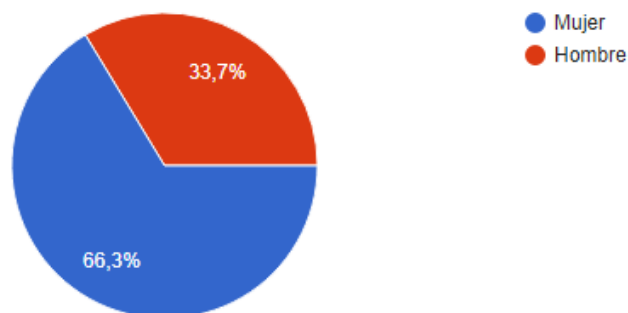
Institución	Barrio/Municipio	Institución	Barrio/Municipio	Institución	Barrio/Municipio
Fe y Alegría Luis Amigó	Moravia	Colegio Colombo Francés	La Estrella	I.E. Ángela Restrepo Moreno	San Antonio de Prado
I.E.R. El Hatillo CTA Ondas	Barbosa	Héctor Abad Gómez	Boston	Casa de las Estrategias	San Javier
Centro Educativo Autónomo	Florencia	Colegio Colombo Británico	Envigado	Escuela Normal Superior Antioqueña	Buenos Aires
World Vision	Estadio	I.E. María Josefa Escobar	Itagüí	Escuela Normal Superior de Medellín	Villa Hermosa
I.E. Fundadores	El Socorro	Colegio Palermo de San José	Envigado	Antonio José Bernal Londoño	Toscana
Unidad Educativa San Marcos	Envigado	Benedikta Zur Nieded	Itagüí	Fundación Las Américas	Belén
				Colegio de la UPB	Laureles

En las encuestas se realizaron 15 preguntas, de las cuales 5 eran abiertas y 10 cerradas, las tres primeras preguntas daban cuenta de información personal en temas como edad, lugar de residencia y sexo.

La primera pregunta fue: indique su edad, a lo que un 31,6% respondió 14 años, seguido de 25,5% con 15 años y un 19,4% con 16 años de edad, aunque estas tres edades fueron las más frecuentes, en los encuestados habían jóvenes desde los 12 hasta los 21 años de edad, lo que permitió ampliar el rango de edades que inicialmente eran de interés y conocer otros puntos de vista.

Al pedirles en la segunda pregunta que indicaran su sexo nos encontramos con que el 66,3% eran mujeres y el 33,7% hombres como se observa en la ilustración 5, dato que es importante a la hora de analizar qué tipos de contenidos son de su preferencia.

Ilustración 5. Sexo de los jóvenes encuestados

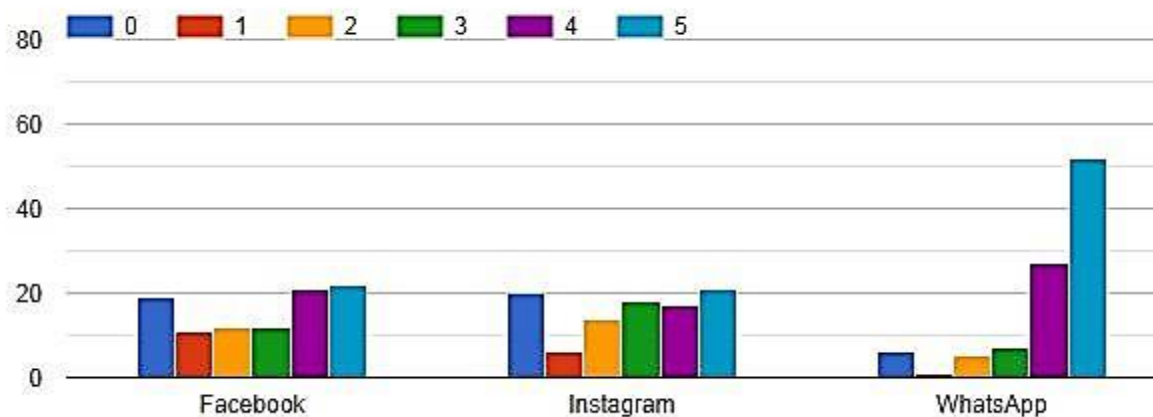


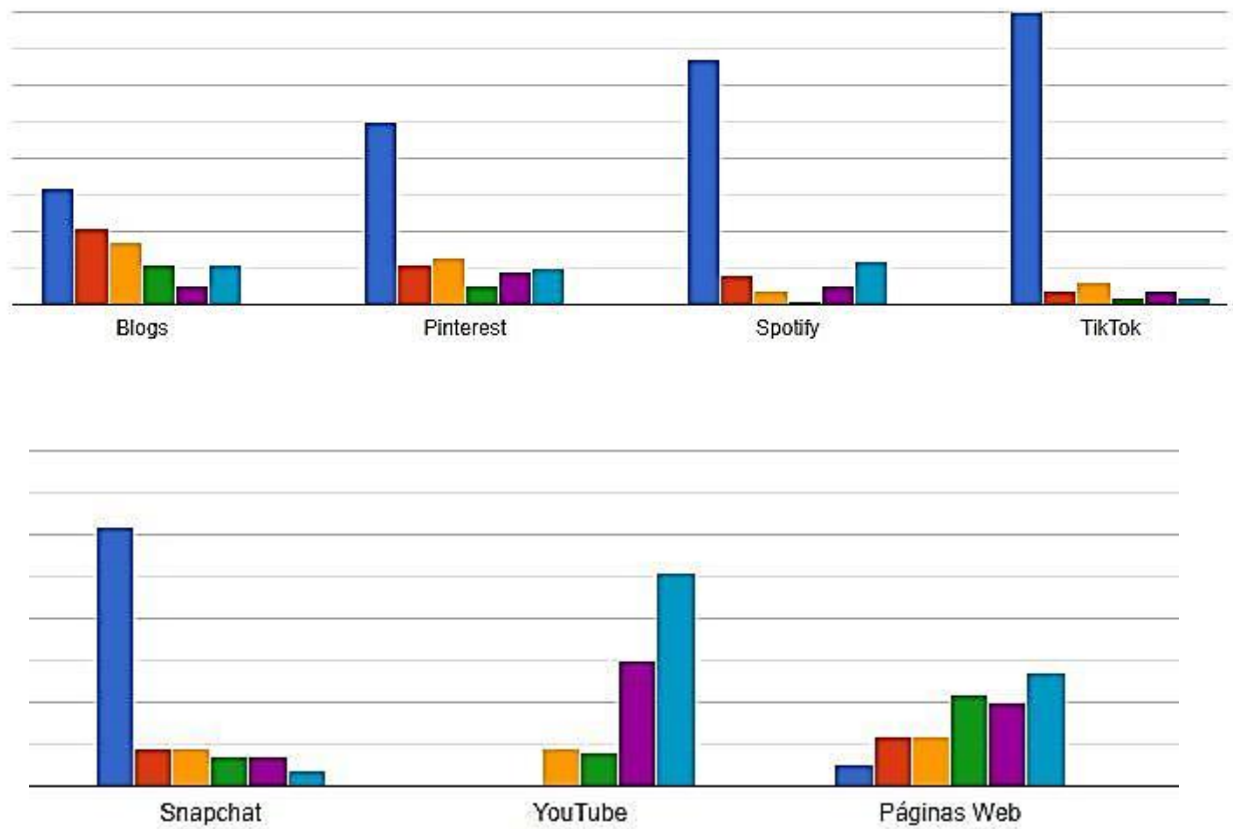
En la tercera pregunta sobre información personal se indagó sobre el lugar de residencia de los jóvenes objetos de encuesta, en la que se encontró que residían en más de 47 sectores de Medellín y el Valle de Aburrá, en la tabla número 3 se pueden observar cada uno de ellos.

Tabla 3. Lugares de residencia de jóvenes encuestados

13 de noviembre	La Milagrosa	Centro	San Francisco
Acevedo	La Pradera	Corregimiento El Hatillo	San Gabriel
Andalucía	La Rosaleda	El Poblado	San Javier
Barbosa	Laureles	El Porvenir	Santa María
Barrio Porvenir	Llanaditas	El Progreso	Santa María de los Ángeles
Belén La Mota	Manrique	El Socorro	Santa Mónica
Belén La Nubia	Moravia	Enciso	Suramérica
Belén La Palma	Pedregal	Envigado	Tricentenario
Belén Las Playas	Peñitas	Florencia	Villa Hermosa
Belén Rincón	Progreso	Girardot	Villaniza
Buenos Aires	Sabaneta	La Isla	Viviendas del sur
Caicedo	San Antonio de Prado	Zamora	

En la pregunta número cuatro se invitó a los encuestados a calificar de 0 a 5 (siendo cero el porcentaje de no uso) cuáles de las plataformas expuestas usan la mayor parte del tiempo. Como se demuestra en la ilustración 6, ingresan con mayor frecuencia a redes sociales especialmente, WhatsApp, Facebook, Instagram y contenidos audiovisuales en YouTube que a blogs, páginas web u otras plataformas digitales.

Ilustración 6. Escala de 1 a 5 de las plataformas más frecuentadas por los jóvenes encuestados



Al preguntarles qué otras redes o páginas usan, entre las más destacadas se encuentran:

Reddit: sitio web de marcadores sociales, que permite agregar noticias donde los usuarios pueden incluir texto, imágenes, videos y enlaces y otros usuarios pueden dar un voto a favor o en contra del contenido.

Wattpad: comunidad apta para escritores y lectores que puede ser usada mediante el computador o el celular, es posible publicar y leer artículos, relatos, poemas, cartas e historias.

Twitch: plataforma que permite jugar videojuegos en vivo con otros usuarios.

Tumblr: espacio apto para el microblogueo, donde es posible publicar citas, audios, videos, textos, imágenes y recibir comentarios por parte de otros usuarios.

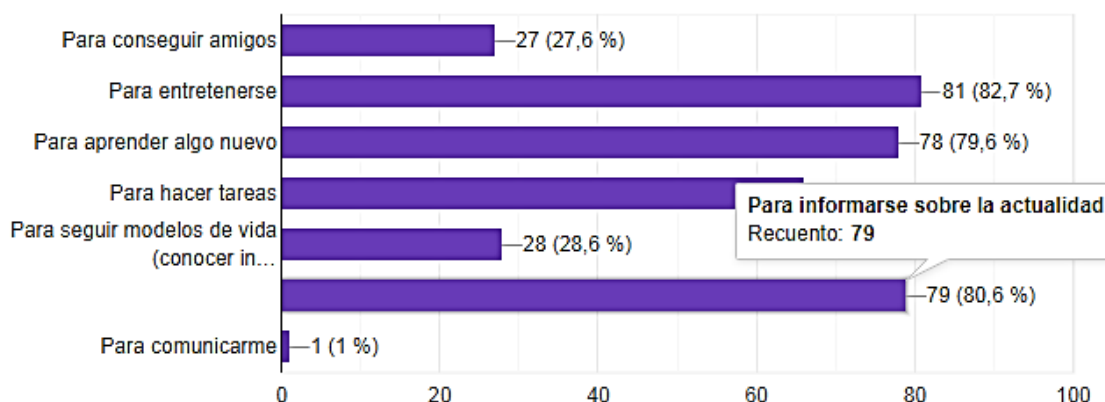
Además, se evidenció que entre los contenidos que más consumen son los producidos por influenciadores los cuales realizan publicaciones aptas para jóvenes en la red social Instagram, entre los más mencionados se encuentran:

- Luisa Fernanda W
- La Segura
- Juan de Dios Pantoja
- La Liendra
- Kimberly Loaiza

Los intereses con que visitan plataformas digitales como se puede observar en la ilustración 7 son:

- Entretenimiento
- Informarse sobre actualidad
- Aprender algo nuevo

Ilustración 7. Respuesta a la pregunta número siete : ¿para qué usas las redes sociales?



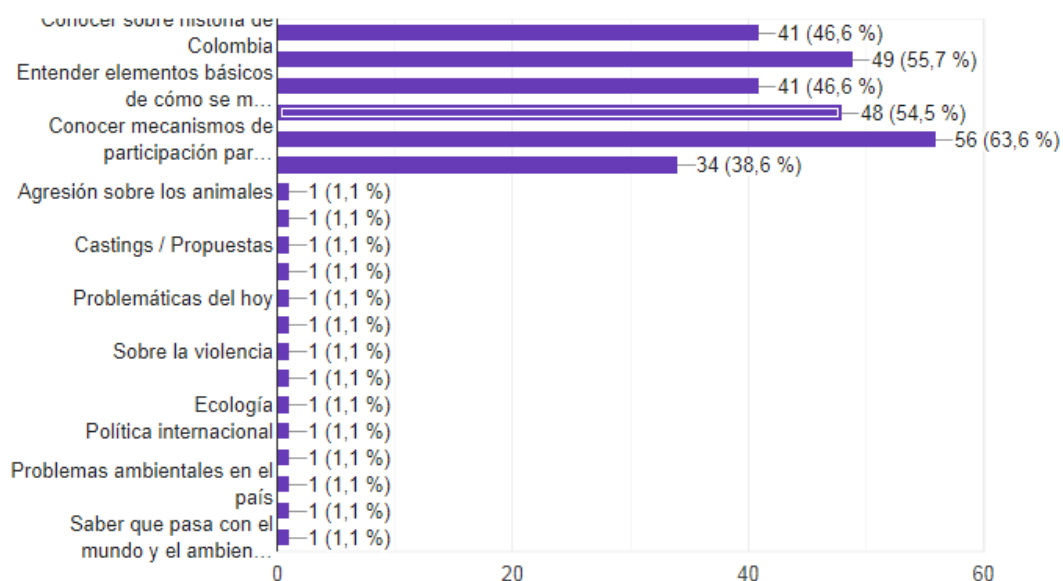
A la pregunta número ocho: ¿Te gustaría encontrar contenidos para entender mejor lo que está pasando en el mundo, en la actualidad, en una de las plataformas

digitales mencionadas? De 95 personas que respondieron solo tres personas indicaron que no y 92 que sí, especialmente en Facebook y YouTube.

Un 23% de los encuestados a través de la pregunta número nueve (Si respondiste que SÍ a la anterior pregunta, entonces ¿cuál de estos contenidos te interesaría más?) indicaron que los temas de mayor interés para ellos, como se observa en la ilustración 8 son:

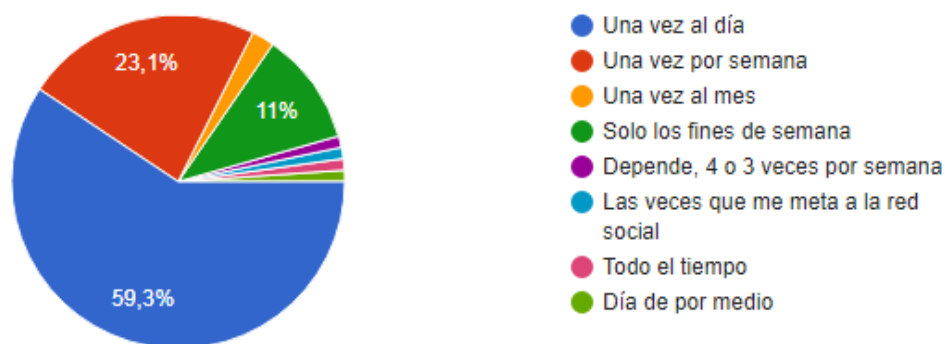
- Mecanismos de participación para jóvenes
- Reconocer noticias falsas
- Comprender cómo se mueve la política en Colombia

Ilustración 8. Contenidos de interés para los jóvenes en redes sociales



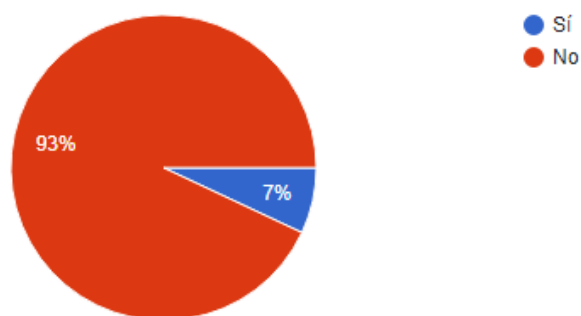
En la ilustración 9 se muestra la frecuencia con la que visitarían una plataforma con contenido de su interés, los cuales en su mayoría dijeron que una vez al día y algunos una vez por semana.

Ilustración 9. Frecuencia con la que los jóvenes visitarían páginas con contenido su interés



Se encontró por medio de la pregunta número 10 (¿Conoce usted el blog del programa Prensa Escuela?) que el 93% de los jóvenes que hicieron parte de la muestra no conocen el blog de Prensa Escuela, como se observa en la ilustración 10 y solo el 7% si lo ha visitado alguna vez. Esta respuesta es la partida inicial para comprender por qué no es de su interés esta plataforma.

Ilustración 10. Respuestas a la pregunta número once: ¿conoce usted el blog del programa Prensa Escuela?



Si la respuesta a la pregunta anterior fue si, se le pidió a los encuestados mencionar cinco temas que recuerde haber visualizado en el blog, solo se obtuvieron siete respuestas con diversos temas como se evidencia en la ilustración 11, además se observó que algunos de ellos no han visitado el blog así su respuesta haya sido

afirmativa, ya que las temáticas mencionadas no tienen relación con la actualidad proporcionada por el blog.

Ilustración 11. Temas que algunos de los encuestados recuerdan haber leído en el blog de Prensa Escuela

Noticias Cómo participar El Taller
Me gustaría hablar sobre la censura tan grande que se vive en la actualidad, en base a cualquier tipo de contenido
Problemáticas ambientales sociales, económicas, etc.
Prensa en el aula de clase Escritos publicados Un poco de historia
Deportes Literatura Historia
Sobre historia
Drogas Manejo de emociones Conocer

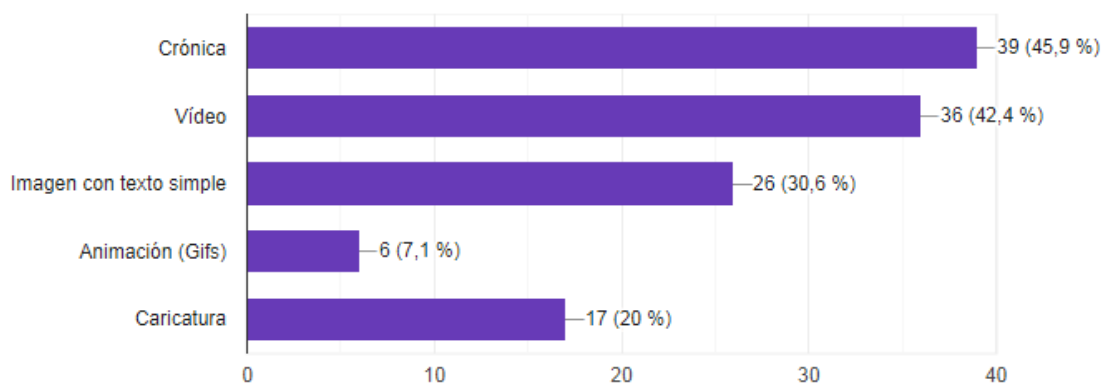
A los encuestados se les realizó la pregunta: Si pudiera publicar en el blog Prensa Escuela, ¿sobre qué tema te gustaría hablar?, las respuestas fueron muy diversas, aun así los más mencionados fueron:

- Medio ambiente
- Política
- Literatura
- Deportes
- Arte
- Música

Dando respuesta a la pregunta: ¿En qué formato te gustaría narrar sus historias en este blog? Como se observa en la ilustración 12, la crónica y seguido del vídeo

serían los formatos más llamativos para ellos y el que más usarían si tuvieran la posibilidad de tener un espacio en el blog.

Ilustración 12. Formatos que usarían los jóvenes para narrar historias en el blog de Prensa Escuela



Finalizando la encuesta se les pidió que valoraran de 1 a 5 algunos formatos ya establecidos que más les gustaría encontrar si accedieran a un blog, la respuesta en su mayoría fueron los vídeos, las fotografías y el texto simple y los que menos les llamarían la atención son audiolibros, gifs y podcasts.

Esta opción de encuestas semiestructuradas permitió entender el lenguaje multimedial de los jóvenes, sus intereses y la dinámica con la que viven el día a día de las plataformas digitales.

En esta investigación también se usó la metodología de *Benchmarking*, la cual permitió la observación no participante y el análisis de páginas web de varios países con propósitos similares a los del blog de Prensa Escuela.

The Learning Network – The New York Times

The Learning Network que traduce La Red del Aprendizaje, es una iniciativa que tuvo sus inicios en 1998 y hace parte de la casa editorial *The New York Times*. Las características principales de esta página son:

Se encuentra enlazada en la misma página de *The New York Times*, lo cual permite el ingreso a ella con mayor facilidad y sin necesidad de buscar una dirección diferente, además puede ser visualizada fácilmente por una persona que esté leyendo noticias en el momento.

Cuenta con una sección llamada “*Lesson Plans*” que traduce planes de lecciones, donde los maestros pueden usar la prensa y las noticias de actualidad del medio como fuente de trabajo en las aulas, como se puede observar en la ilustración 13, además, se divide por áreas de la educación ejemplificado en la ilustración 14, con la facilidad de extraer información según la asignatura que dicten en las instituciones.

Ilustración 13. Pantallazo de la sección "Lesson Plans" de *The Learning Network*

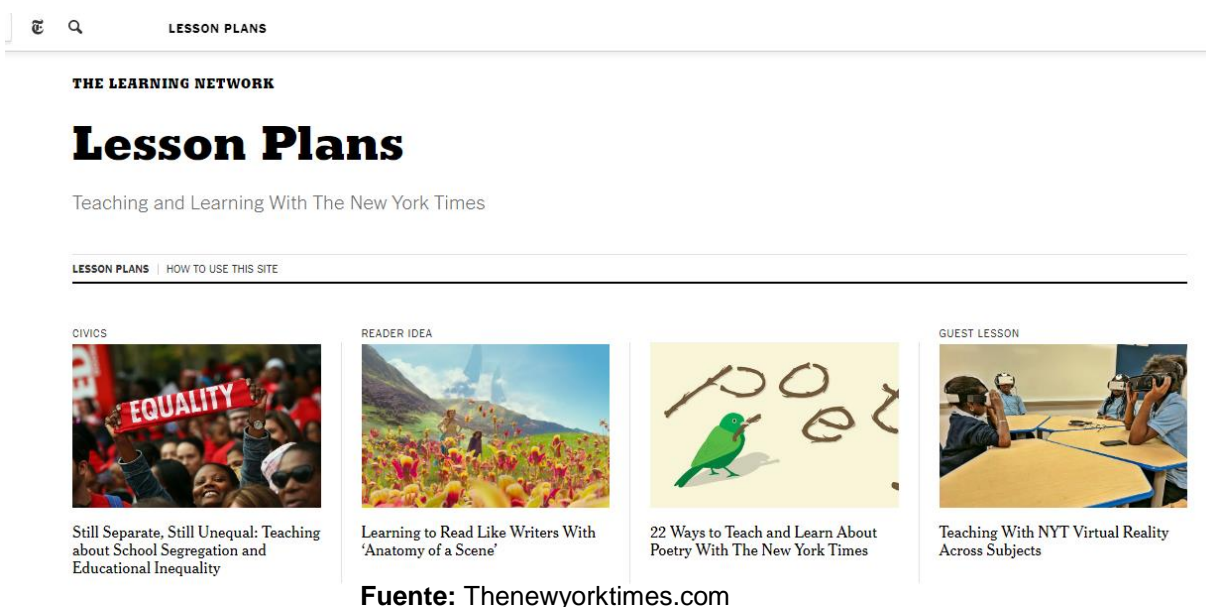


Ilustración 14. Pantallazo áreas de la educación para trabajo con la prensa



En la Sección “*Writing Prompts*” que traduce Mensajes de Escritura, se pueden encontrar diariamente alrededor de 2 o 3 textos escritos por estudiantes como se observa en la ilustración 15.

Ilustración 13. Textos escritos por estudiantes en *The Learning Network*

THE LEARNING NETWORK

Writing Prompts

PICTURE PROMPTS | STUDENT OPINION QUESTIONS | CURRENT EVENTS CONVERSATION

Latest

May 8, 2019 **How Do Your Parents Share the Responsibilities of Parenting?**
Is there an equitable division of labor? Are dads pulling their weight?
By JEREMY ENGLE

May 8, 2019 **Met Gala**
The annual Met Gala is always about excess, extravagance and eyeballs, The Times writes. What are your favorite looks? Why?
By KATHERINE SCHULTEN

ADVERTISEMENT

vimeo

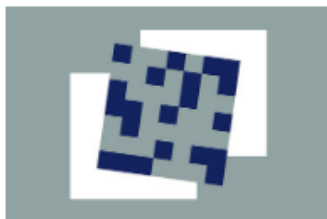
Go ahead,
replace
our logo.
We're cool

Fuente: TheNewYorkTimes.com

Con una frecuencia de día por medio se suben pasatiempos en los cuales los usuarios ponen a prueba sus capacidades en temas literarios, informativos y de cultura general, además se dan datos curiosos que son de interés a nivel mundial y llaman la atención del visitante.

Ilustración 14. Botón de ingreso a los pasatiempos y encuestas en *The Learning Network*

QUIZZES & CROSSWORDS



Weekly News Quiz, Word of the Day, Country of the Week & Student Crosswords

Fuente: TheNewYorkTimes.com

Existe una publicación que se realiza cada semana dentro de la sección “multimedia” la cual incluye una imagen y se anexan una serie de preguntas sobre la fotografía con el fin de que los estudiantes respondan y se cree un club de conversación entorno a la misma, adivinando básicamente lo que estaba sucediendo en el momento de la captura. Se reciben en promedio 200 a 350 comentarios por fotografía. En la ilustración 17 se puede ver una traducción de las preguntas que se formulan normalmente.

Ilustración 15. Preguntas formuladas en el club de conversación

LA RED DE APRENDIZAJE | ¿Qué está pasando en esta imagen? | 6 de mayo de 2019

Estudiantes

1. Después de observar detenidamente la imagen de arriba (o la imagen de [tamaño completo](#)), piense en estas tres preguntas:

- ¿Qué está pasando en esta imagen?
- ¿Qué ves que te hace decir eso?
- ¿Qué más puedes encontrar?

2. A continuación, únase a la conversación haciendo clic en el botón de comentarios y publicando en el cuadro que se abre a la derecha. (Se invita a los alumnos de 13 años y mayores a comentar, aunque los maestros de los alumnos más jóvenes pueden publicar lo que sus alumnos tienen que decir).

3. Después de que hayas publicado, intenta volver a leer para ver lo que otros han dicho, luego responde a otra persona publicando otro comentario. Use el botón "Responder" o el símbolo @ para dirigirse a ese estudiante directamente.

Cada lunes, nuestro colaborador, [Visual Thinking Strategies](#), facilitará una discusión de 9 am a 2 pm, hora del Este, parafraseando comentarios y vinculando las respuestas para ayudar a que los alumnos comprendan mejor. Podrías usar sus respuestas como modelos para los tuyos.

The New York Times

Fuente: [Thenewyorktimes.com](http://thenewyorktimes.com)

Con una periodicidad de 2 a 3 veces al mes se publican concursos para los estudiantes que van desde la elaboración de un texto, hasta la creación de un podcast o infografía con una temática específica, los premios comúnmente son la publicación y divulgación del contenido y obsequios físicos.

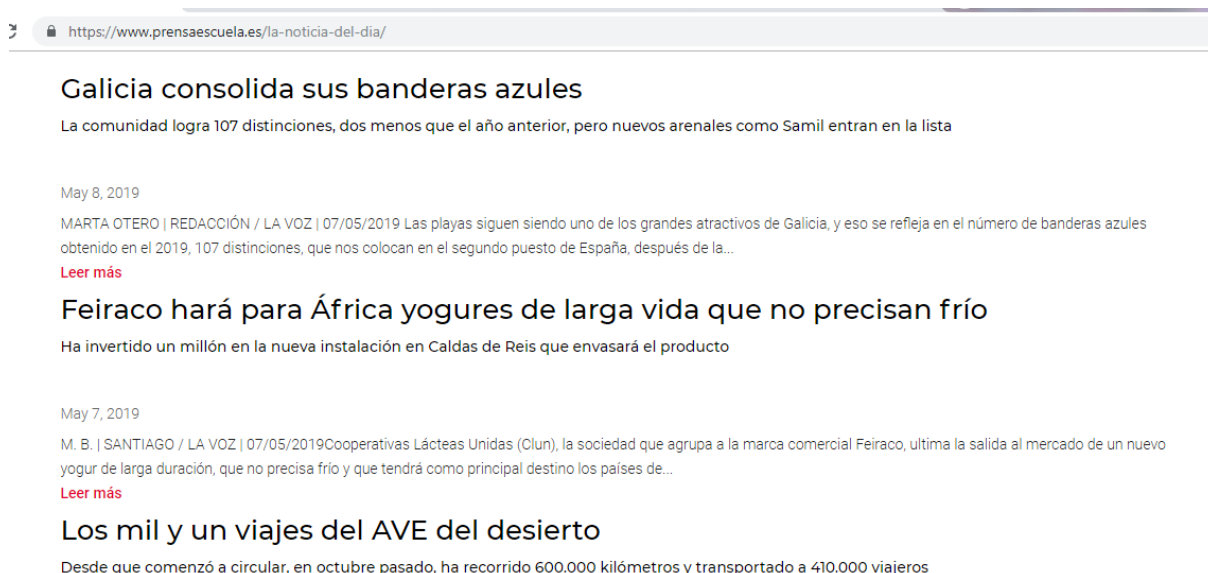
Esta página web cuenta con recursos muy interesantes y llamativos, que crean un enlace entre el visitante y el medio, permitiendo atraer públicos de interés y lograr que el propósito de responsabilidad social empresarial se lleve de manera efectiva.

Prensa Escuela – La Voz de Galicia

La Voz de la Escuela hoy llamada Prensa Escuela como suplemento de la Voz de Galicia, tuvo sus inicios en 1982, siendo el primer medio en España que implementó esta estrategia como recurso didáctico en las aulas. La página web tiene las siguientes características:

Se comparte diariamente una noticia que pueda generar tema de conversación en las aulas y la página web, como se observa en la ilustración 18.

Ilustración 16. Pantallazo noticia del día - La Voz de Galicia



Fuente: prensaescuela.es

Cuenta con una sección titulada “fueron noticia” la cual tiene un calendario y se usa como contenido multimedial, donde el usuario selecciona la fecha de su interés y le aparecen uno o dos hechos importantes que sucedieron en ese momento.

Ilustración 17. Pantallazo de la sección "Fueron noticia" del diario La Voz de Galicia



Fuente: prensaescuela.es

El test semanal es un espacio donde se publica una encuesta de selección múltiple sobre 5 noticias de los últimos 7 días, y se pone a prueba el conocimiento sobre temas de actualidad de los usuarios.

Pregunta a un científico y pregunta a un periodista son secciones donde cualquier usuario sin importar la edad puede realizarle preguntas a un experto en la ciencia o a un redactor del periódico La Voz de Galicia, las más llamativas en cada uno de los apartados se publican con su respectiva respuesta en la página diariamente, en la ilustración 20 se observa un ejemplo de una pregunta.

Ilustración 18. Pantallazo sección "pregunta a un periodista" de la Voz de Galicia

¿Cuántas personas mueren en un día?
Pregunta: Lucía, 9 años,
7 mayo, 2019



Pregunta: Lucía, 9 años, CEIP As Nogais (Lugo).
Responde: Cristóbal Ramírez Gómez.

Pues no lo sabemos, Lucía. Al menos no lo sabemos con exactitud, porque hay países muy pobres y muy poco desarrollados donde no se cuentan, simplemente, ni los vivos ni los muertos. Mira en un mapa de África. ¿Ves Sudán? ¿Y Ruanda? Pues en las aldeas de esos países la gente nace, vive, es feliz, es desdichada y muere. Pero nadie los cuenta. De manera que te voy a dar unos números aproximados: cada día fallecen en este planeta unas 156.000 personas. O sea, como el día tiene 1.440 minutos, mueren unas 109 personas por minuto. ¡Parece que no va a quedar nadie en la Tierra, pero no es así, porque cada día nacen 373.000! O sea, 259 por minuto. De manera que restando nacimientos (259) y muertes (109) resulta que cada minuto somos 150 personas más. Eso sí, muy mal repartidos: Galicia tiene cada año menos habitantes, y eso sí que es una mala noticia. ¿En tu colegio hay tantos alumnos como hace diez años? ¿Por

Fuente: prensaescuela.es

Se realizan concursos con estudiantes y con temáticas llamativas, donde los premios van desde la publicación del contenido hasta artículos para la institución como proyectores, altavoces, libros, etc. En la ilustración 21 logra observar el concurso que hasta la fecha tiene vigencia y que tiene como tema principal el rap.

Ilustración 19. Pantallazo sobre concurso realizado por Prensa Escuela - La Voz de Galicia

www.prensaescuela.es/participa-en-la-quinta-edicion-del-concurso-galicia-auga-literatura-e-rap/

Participa en la quinta edición del concurso Galicia, auga, literatura e rap
Presenta tu trabajo antes del 31 de mayo

30 enero, 2019

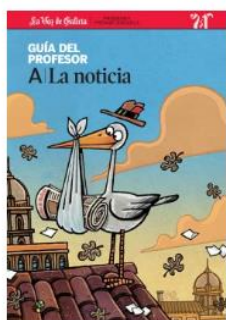


Fuente: prensaescuela.es

En la página web hay una sección llamada “recursos” la cual es el contacto directo con los maestros, en este espacio se pueden encontrar distintas guías que pueden usar los docentes para enriquecer la pedagogía en las aulas.

Ilustración 20. Pantallazo de recursos para el uso del periódico en el aula

Recursos



GUÍA SOBRE LA NOTICIA



GUÍA SOBRE EL PERIÓDICO



GUÍA DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA



LIBRO DE ESTILO DE LA VOZ DE GALICIA

Fuente: prensaescuela.es

La voz de Galicia y el Museo Santiago Rey Fernández-Latorre permite visitas de grupos de estudiantes y particulares que estén interesados en conocer el funcionamiento interno de un medio de comunicación, además, observar la maquinaria de impresión que tiene el museo y más de 5.000 publicaciones de distintos periódicos de todo el mundo.

Ilustración 21. Grupo de visitantes de la Voz de Galicia y el Museo Santiago Rey

Fernández



Fuente: prensaescuela.es

Otra opción interesante que realiza este medio son las charlas de periodistas en las instituciones educativas que tienen como propósito crear un enlace entre los jóvenes y el quehacer de un periodista.

Ilustración 22. Charlas de periodistas de la Voz de Galicia en colegios



Fuente: prensaescuela.es

La Voz de Galicia le apuesta a la atracción de público joven a través de su página web sin dejar a un lado la importancia que tiene el maestro en todo el proceso educativo y de formación, cuenta con opciones que trascienden de la web a las aulas y a la vida personal de los estudiantes.

El País de los estudiantes – El País de España

Este programa gratuito tuvo sus inicios en el 2001 en Madrid - España, como apoyo a los estudiantes para la creación de un periódico escolar y el uso de la prensa como recurso educativo.

La página al ingresar cuenta con una plataforma didáctica y muy colorida que engancha inmediatamente al usuario.

Cuenta con una sección dedicada a los profesores, donde semanalmente se comparte una temática o guía para que los maestros trabajen con sus estudiantes, a través de los recursos más usados por ellos, como se puede observar en la ilustración 25, la temática de la primera semana de mayo se centra en el manejo de Instagram y las posibilidades educativas que hay en esta red social.

Ilustración 23. Pantallazo sección "profesores" en El País de los Estudiantes



Fuente: estudiantes.elpais.com

En la parte inferior de la sección de profesores, se encuentran una serie de vídeos que pueden ser usados como recursos adicionales del tema a tratar propuesto semanalmente, este contenido audiovisual no es de elaboración propia, sino que está enlazado a canales de YouTube externos.

Ilustración 24. Pantallazo de hilos de historias con contenido audiovisual



Fuente: estudiantes.elpais.com

Dos veces en el año se realiza un concurso general sobre el mejor periódico construido en las aulas y es patrocinado para que los premios sean más llamativos, los cuales van desde los 4.000 euros hasta los 9.000 euros.

Ilustración 25. Pantallazo sobre concurso y premios del País de los Estudiantes

TODAVÍA PODÉIS APUNTAROS A LA AVENTURA. ÚNETE AL PROGRAMA DE PRENSA-ESCUELA CUYA ACERCA EL P. REGÍSTRATE LAS AULAS. ¡TENÉIS HASTA EL 13 DE MAYO PARA PRESENTAR VUESTRA PUBLICACIÓN!

PREMIOS

¿QUÉ PREMIOS PUEDES CONSEGUIR?

¡Todo esfuerzo tiene su recompensa! Cada año repartimos grandes premios para agradecer la confianza y trabajo de profesores, alumnos y Centros Educativos. ¡Descábralos!

ALUMNOS/AS podrán acceder a los Premios Especiales.
EQUIPOS podrán optar a ganar los Premios Finales.

*Fecha en cada uno de los premios para ver contenido

Premios Finales

Premios Especiales

PREMIO TELEFÓNICA JUNIOR

PREMIOS FINALES

Para acceder a los Premios Finales, los equipos deben publicar un periódico que cumpla lo indicado en las [Bases](#) [Lingüas](#) antes del 30 de abril.

PERIÓDICO DIGITAL O PAPEL

5+ PORTADA SECCIONES

Nuestro jurado de profesionales de EL PAÍS, seleccionará a los 3 Finalistas de cada Comunidad Autónoma. El primer clasificado de cada Comunidad Autónoma optará a los premios finales.

¿Y SI TU PERIÓDICO FUERA UNO DE LOS GANADORES?

1

GANADOR

El GANADOR recibirá 9.000 euros para un viaje de equipo.

2

SEGUNDO PREMIO

El PRIMER FINALISTA conseguirá 6.000 euros para un viaje de equipo.

3

TERCER PREMIO

El SEGUNDO FINALISTA recibirá 4.000 euros para un viaje de equipo.

Fuente: estudiantes.elpais.com

Cuenta con una zona que incluye un manual de contenidos los cuales sirven como guía para la elaboración de artículos por parte de los estudiantes en las aulas, en esta hay soportes para realizar desde textos hasta contenido audiovisual y digital. En la ilustración 28 se muestran las guías que se pueden encontrar.

Ilustración 26. Pantallazo de guías para la realización de contenidos



Fuente: estudiantes.elpais.com

El País de España con esta página web quiso aportar a la evolución que han tenido los formatos en la actualidad, ayudar al docente a entender el lenguaje que hablan los jóvenes hoy en día y por medio de estrategias lograr que los estudiantes no dejen al lado la escritura, por el contrario, creen su propio contenido con temas llamativos y de conocimiento de ellos.

Newseum ED – Newseum

Newseum ED (Education) es un apoyo a las plataformas educativas de habla inglesa impulsada desde el Museo Interactivo de Noticias y Periodismo Newseum ubicado en Washington desde 1997.

En su página web se encuentra un apartado llamado *EDCollections* o colecciones educativas, donde de forma multimedial y audiovisual los estudiantes y maestros pueden aprender como reconocer noticias falsas, como votar de manera consciente, como aportar cambios en la sociedad, entre otros temas, como se observa en la ilustración 29.

Ilustración 27. Pantallazo de la sección *EDCollections*



Fuente: Newseum.com

Lesson Plans o Planes de Lecciones es una ayuda para los docentes, donde se percibe una galería de publicaciones bastante amplia con temas llamativos no necesariamente de actualidad pero que tienen en su contenido un agregado académico y son de utilidad en las aulas.

Ilustración 28. Pantallazo de galería *Lesson Plans*



Fuente: Newseum.com

Artifacts o artefactos es una sección de periódicos antiguos de todo el mundo con noticias de trascendencia global, como se observa con la ilustración 31.

Ilustración 29. Pantallazo sección Artifacts o periódicos antiguos



Fuente: Newseum.com

Videos de elaboración propia como entrevistas, mini reportajes, testimonios, también se observan en la página, aunque su publicación no es muy frecuente.

Existe una sección llamada *Classes & Training* que traduce Clases y Entrenamiento, donde según las edades de los estudiantes los maestros pueden extraer guías de trabajo con un paso a paso para la puesta en común en el aula a partir de una noticia o un hecho.

Ilustración 30. Pantallazo de la sección Classes & Training

EDClasses & Training

Find information about free standards-aligned workshops for students visiting the Newseum, plus virtual classes, professional development for teachers and adult team building programs.

[ALL](#) [3-5](#) [6-8](#) [9-12](#) [COLLEGE](#) [EDUCATOR](#) [ADULT](#)

Fighting Fake News: How to Outsmart Trolls and Troublemakers

Can you navigate the flurry of fake news and strike a balance between being a cynic and a sucker? Get the tools you need to stay ahead of online tricksters and trolls.

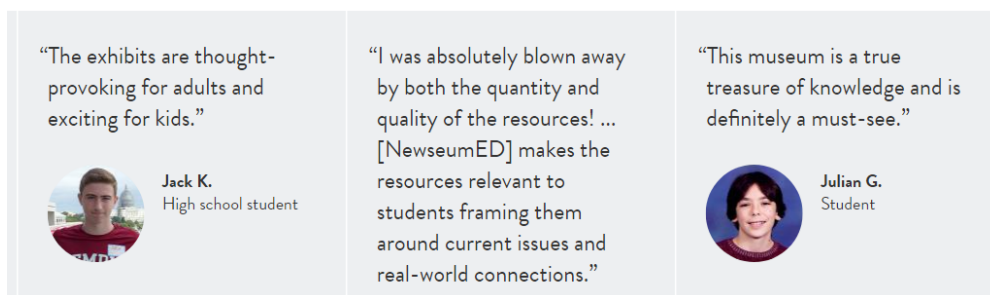
GRADE(S)
6-12
College/University

VENUE & CAPACITY
Learning Center (max 36)
Documentary Theater (max 100)
Virtual (no limit)

Fuente: Newseum.com

Como se evidencia en la ilustración 33, también se cuenta con testimonios de estudiantes y docentes sobre el uso de los diferentes recursos que están ubicados en la página web.

Ilustración 31. Pantallazo de testimonios en Newseum Education



Fuente: Newseum.com

Newseum Education como un enlace del museo *Newseum*, es un recurso muy interesante porque cuenta con una serie de galerías temáticas y visuales que permiten al lector acceder y entender de manera sencilla el propósito de cada uno. Es el más similar al de Prensa Escuela El Colombiano, ya que es muy centrado a la atracción de docentes para que usen los temas de actualidad como recurso didáctico.

Prensa Escuela se ha caracterizado por ser y tener un enlace directo entre la información de actualidad del periódico El Colombiano y los maestros, sin embargo, con el paso del tiempo se ha evidenciado la necesidad de crear lazos de la misma forma con los estudiantes, especialmente con los jóvenes entre los 13 y 18 años, el objetivo está en cómo se podría lograr ese enlace, recurriendo a la publicación de contenidos aptos y llamativos para su edad en el blog de Prensa Escuela, sin embargo, posterior al proceso de análisis es posible concluir que:

- Los jóvenes entre los 13 y 18 años consumen con mayor frecuencia redes sociales, especialmente Instagram, Facebook y YouTube que páginas web o blogs.
- Existen una serie de plataformas digitales para escritores y lectores como Reddit, Wattpad, Tumblr, que son llamativas y de interés para los jóvenes.
- Los contenidos realizados por influenciadores son de gran trascendencia y atractivo para los jóvenes entre las edades de 13 y 18 años.
- La juventud actual ingresa a redes sociales en su mayoría por entretenimiento más que por adquirir conocimientos de algún tipo.
- Las historias relatadas en crónicas y los contenidos audiovisuales son los formatos que más le llaman la atención a un joven.

Lo anterior, indica que el medio más apropiado para crear contenido para los jóvenes no es un blog, aun así se pueden generar ciertas estrategias a través de redes sociales que los redireccionen al blog de Prensa Escuela y de esta forma cumplir el objetivo general de esta investigación.

En el medio a nivel mundial existen cierto número de páginas web que tienen fines similares a los de Prensa Escuela y que en la actualidad realizan contenido tanto para maestros como para estudiantes o jóvenes en general. Se analizaron las 4 páginas web mejor posicionadas en el tema educacional a nivel mundial y se evidenció que el blog de Prensa Escuela es un buen elemento que puede ser reinventado para la inclusión de esos estudiantes.

Las páginas web analizadas cuentan con recursos interesantes como:

- Concursos para jóvenes

- Variedad de contenido en vídeo, imágenes y audio
- Guías para la creación de contenidos propios
- Inclusión de los periodistas en el proceso educativo
- Hechos históricos relevantes
- Pasatiempos

Estos permiten acercar de forma afectiva a los jóvenes a la página web y crear comunidad en torno a temas generados para y por ellos.

Si se tiene en cuenta todos los fenómenos encontrados y mencionados anteriormente se tiene un punto de partida interesante que puede generar propuestas de acción para crear un espacio digital que llame la atención de los jóvenes inicialmente con las estrategias propuestas en este trabajo de grado.

Plan de acción propuesto para implementar en el blog de Prensa Escuela

Se considera apta la divulgación de los contenidos publicados del blog en redes sociales, especialmente en Instagram, Facebook, WhatsApp y contenidos audiovisuales en YouTube, ya que son estas las plataformas más usadas y llamativas para el público de interés que va desde los 13 a los 18 años de edad. Teniendo en cuenta que por políticas de la Compañía no está permitida la creación de redes sociales propias del programa de Prensa Escuela, se considera ideal que el enlace principal sean los perfiles pertenecientes al periódico El Colombiano y con cierta periodicidad sean publicados los contenidos que redireccionen al blog, además, de contar con un botón visible en la página web de El Colombiano que se enlace con el blog, así se atrae más público y se le da a los lectores de noticias de actualidad otro tipo de recursos que puedan ser útiles en su desarrollo social y académico.

Una vez se pueda implementar esta estrategia, es importante la creación de contenidos aptos e interesantes para los jóvenes estudiantes, por esto se recomienda:

- Adaptar la plantilla del blog a una más llamativa, con colores más visibles y que generen impacto al ingresar.
- Publicar una noticia diaria extraída de la web del periódico El Colombiano que se considere de interés para jóvenes y permitir en ella comentarios, generando así un club de conversación.
- Tener una temática semanal sobre un tema llamativo o coyuntural del momento en la cual durante la misma se incluya:
 - Un vídeo ya sea de contenido propio o externo
 - Un texto simple hablando de la temática
 - Una pequeña crónica o reportaje
 - Una infografía
 - Una galería de imágenes

Elegir varias de estas opciones de publicación y realizar una durante 3 días de la semana.

- Crear cada 6 meses un concurso con algunos patrocinadores sobre la creación de contenido, variar entre textos y productos audiovisuales, también pueden ser podcasts, vídeos tipo comerciales, fotografías, crónicas o reportajes, e incluir como parte del obsequio la divulgación y publicación del mismo en el impreso y el .com del periódico El Colombiano.
- Incorporar de forma activa a los periodistas en todo el proceso de educomunicación, realizando visitas esporádicas en colegios o permitiendo

cada cierto tiempo que un estudiante viva un día como periodista, acompañando al mismo a las reporterías y entendiendo como es la dinámica de un periódico.

- Crear una sección de “guías” donde se puedan encontrar documentos con un paso a paso de cómo se realizan contenidos como perfiles, crónicas, reportajes, entrevistas, caricaturas, columnas de opinión, entre otros.
- Continuar con las estrategias para que los maestros realicen en las aulas, pero dividiendo esta en secciones por edades y generando una introducción distinta para cada estrategia, ya que al leer inicialmente parece la misma estrategia repetida.
- Incluir textos realizados por los jóvenes participantes de El Taller, inicialmente, para que estos se sientan parte del blog e ingresen con mayor frecuencia.
- Analizar la opción de crear un perfil en redes como Wattpad, Reddit o Tumblr para compartir contenido que puedan redireccionar al blog, ya que en estas redes se encuentra el público interesado en leer y escribir.
- Dividir el blog en dos secciones: maestros y jóvenes. En el espacio de maestros se puede seguir trabajando y publicando como se hace hasta el momento, pero en el de jóvenes permitir que sea más dinámica y con contenidos más llamativos como política, deportes, música, agenda de ciudad, arte, entre otros.

- Si se ve la opción de inversión, realizarla por medio de influenciadores que a través de su contenido inviten a sus seguidores a participar del blog de Prensa Escuela.
- Manejar un lenguaje más cercano en las publicaciones, con palabras más entendibles teniendo en cuenta que el público es joven y está en proceso de formación, permitiendo que el blog sea más dinámico y menos empresarial, que los títulos sean más atractivos y el contenido menos plano y más llamativo.

Teniendo en cuenta estas estrategias se propicia un mejoramiento continuo del blog de Prensa Escuela, cumpliendo de forma asertiva con el objetivo general de esta investigación.

Conclusiones

- Debido a los cambios generacionales y digitales, los jóvenes hoy en día prefieren frecuentar redes sociales como: WhatsApp, Facebook, Instagram o espacios en la web como YouTube y ser captados a través de contenidos audiovisuales y textos cortos y con lenguaje sencillo.
- La juventud actual tiene un interés en encontrar un espacio donde puedan ser leídos, donde sus escritos no se queden en el anonimato y puedan expresar sus puntos de vista con respecto a temas que les llaman la atención como política, medio ambiente, deportes, arte, música y literatura.
- Los jóvenes se encuentran muy lejanos de la percepción de un blog, especialmente del espacio digital propio de Prensa Escuela, ya que este actualmente está dirigido únicamente para docentes.
- Con respecto a plataformas digitales de otros medios con un enfoque de responsabilidad social similar, el blog de Prensa Escuela no cuenta con un espacio de interés y de consulta para los estudiantes debido a que tiene temáticas muy planas y obsoletas que no captan la atención de los adolescentes.
- Los jóvenes frecuentan comúnmente las redes sociales una vez al día o más, lo cual permite el uso de las plataformas digitales como un canal directo de comunicación entre el periódico El Colombiano y ellos.

Recomendaciones

- Prensa Escuela debe optar por la integración y divulgación de los contenidos publicados en el blog a través de redes sociales, especialmente en Instagram, Facebook, WhatsApp y formatos audiovisuales en YouTube.
- Prensa Escuela ha de apostarle a la creación de contenidos con un lenguaje simple y de índole juvenil el cual les permita a los adolescentes entender el contexto en que están inmersos y el mensaje a transmitir desde el periódico El Colombiano.
- El blog de Prensa Escuela puede reinventarse en sus contenidos temáticos y visuales para tener mayor engagement¹⁰, preferiblemente realizar un cambio general de la plantilla del blog más colorida y llamativa e incluir contenidos aptos para jóvenes en formatos audiovisuales y textos simples y ágiles.
- Es necesario darle un orden al blog de Prensa Escuela, tanto en días de publicación, canales de difusión y temáticas a tratar, esto se puede realizar con el diseño de un calendario de publicaciones mensual.
- Es importante que El Colombiano como compañía comprenda el valor que tiene un programa como Prensa Escuela y se puedan articular otras áreas de la empresa como redacción, revistas y diseño, en la formación ciudadana de niños y jóvenes por medio de este programa.

¹⁰ Capacidad de crear relaciones sólidas con los usuarios

Referencias

- Activo Legal*. (2013). Recuperado el 2019, de www.activolegal.com
- Eneeducomunic*. (2014). Recuperado el 2019, de <http://eneducomunic.blogspot.com/2014/12/historia-de-la-educomunicacion.html>
- We Are Content*. (15 de marzo de 2019). Recuperado el 2019, de <https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/contenido-para-la-generacion-z>
- Alessia Zucchetti, A. L. (2018). *Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión en América Latina*. Montevideo: Penguin Random House.
- Andrés Octavio Cardona. (19 de Julio de 2017). Recuperado el 2019, de La República: <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/la-responsabilidad-social-empresarial-tiene-un-recorrido-historico-a-nivel-global-2528179>
- Castellano, P. C. (2018). *Prensa Escuela, un encuentro entre los medios, la universidad y la vida escolar*. Medellín: Bonaventuriana.
- Delgado, H. (14 de noviembre de 2018). *Akus*. Recuperado el 2019, de <https://disenowebakus.net/la-web-2.php>
- El País. (s.f.). *El País de los estudiantes*. Obtenido de <https://estudiantes.elpais.com>
- Gestiopolís*. (s.f.). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/educomunicacion-estrategia-pedagogica-ciudadania-critica/>
- González, G. (2015). *Universidad de la Sabana*. Obtenido de <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/5533/4210>

- Jaramillo, J. G. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social*. Medellín: Semestre Económico.
- La Voz de Galicia. (s.f.). *Prensa Escuela*. Obtenido de <https://www.prensaescuela.es/>
- Lazo, C. M. (2017). Los jóvenes en la cultura digital. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 23-25.
- Mateos, A. S. (15 de Julio de 2018). *La Vanguardia*. Recuperado el 2019, de <https://www.lavanguardia.com/vivo/20180715/45818419326/dia-habilidades-juventud-generacion-z.html>
- Monteagudo, J. G. (2013). Célestin Freinet, La escritura en libertad y el periódico escolar: un modelo de innovación educativa en la primera mitad del siglo 20. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*.
- Newseum. (s.f.). *NeseumED*. Obtenido de <https://www.newseum.org/>
- Padilla, A. M. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 54-55.
- Pérez, Z. P. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación.
- Rey, F. J. (s.f.). *Pangea*. Recuperado el 2019, de <http://dim.pangea.org/revistaDIM13/Articulos/pacoruz.pdf>
- Rivero, B. M. (2016). *Acerca del concepto de formación ciudadana*.
- Roberto Aparici, D. C. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Sarmiento, Ó. B. (2016). Herramientas web 2.0: efecto en los aprendizajes de los jóvenes colombianos. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 144-145.

The New York Times. (s.f.). *The Learning Network*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/section/learning>

Universidad Nacional de México. (s.f.). *www.juridicas.unam.mx*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/educacion-estrategia-pedagogica-ciudadania-critica/>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta a jóvenes entre los 13 y 18 años de edad

Consulta sobre intereses de los jóvenes de El Taller Blog Prensa Escuela- El Colombiano

Esta encuesta tiene como objetivos:

1. Explorar si los jóvenes participantes de El Taller Prensa Escuela 2019 estarían interesados en consultar contenidos educativos en plataformas digitales.
2. Analizar la percepción que tienen los jóvenes entre 13 y 18 años del contenido comunicacional que se ofrece en el blog del programa Prensa Escuela El Colombiano.

Indique su edad

a. 13 ___ b. 14 ___ c. 15 ___ d. 16 ___ e. 17 ___ f. 18 ___

Sexo:

Masculino ___ Femenino ___

Lugar de residencia (Barrio, comuna, corregimiento)

1. Califica de 1 a 5 (siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta) cuáles de estas redes sociales son las que más usas y con 0 (cero) si no la usas para nada.

Plataformas digitales/ Redes sociales	0 (no la uso)	1	2	3	4	5 (la uso todo el tiempo)
Facebook: Red social donde puedes publicar y compartir contenidos.						
Instagram: Red social donde puedes subir fotos y videos.						
WhatsApp: Aplicación de mensajería para estar más conectado con tus conocidos.						
Snapchat: Aplicación con soporte						

multimedia de imagen, video y filtros de realidad aumentada.						
YouTube: Sitio web dedicado a compartir videos.						
Páginas Web: Es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes y muchas otras cosas.						
Blogs: Sitio web, tipo personal, que incluye contenidos de su interés, que suelen estar actualizados con frecuencia.						
Pinterest: Plataforma donde los usuarios pueden crear y administrar, imágenes, eventos, intereses, hobbies y mucho más.						
Spotify: Aplicación multiplataforma empleada para la reproducción de música vía streaming.						
TikTok: Aplicación de medios para crear y compartir videos cortos.						

Otra ¿Cuál?: _____

2. Menciona las 5 páginas que más visitas en la web o las 5 personas que más sigues en redes (Puede marcar varias)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

3. ¿Para qué usas las redes sociales? (Puede marcar varias)

1. ___ Para conseguir amigos
2. ___ Para entretenerse
3. ___ Para aprender algo nuevo
4. ___ Para hacer tareas
5. ___ Para seguir modelos de vida (conocer *influencers*)
6. ___ Para informarse sobre la actualidad (leer noticias)

4. ¿Te gustaría encontrar contenidos para entender mejor lo que está pasando en el mundo, en la actualidad, en una de las plataformas digitales mencionadas anteriormente?

Sí _____ No _____

¿En cuál?

5. Si respondiste que SÍ a la anterior pregunta, entonces ¿cuál de estos contenidos te interesaría más?

1. ___ Conocer sobre historia de Colombia
2. ___ Reconocer noticias falsas (*fake news*)
3. ___ Entender elementos básicos de cómo se mueve la economía
4. ___ Comprender cómo se mueve la política en el país
5. ___ Conocer mecanismos de participación para la juventud
6. ___ Enterarse de la agenda cultural y deportiva de mi ciudad

Otro: _____

6. ¿Con qué frecuencia accederías a los contenidos que elegiste?

1. ___ Una vez al día
2. ___ Una vez por semana
3. ___ Una vez al mes
4. ___ Solo los fines de semana

Otra ¿Cuál?: _____

¿Por qué?

7. ¿Conoce usted el blog del programa Prensa Escuela?

Sí _____ No _____

8. Si su respuesta fue **SÍ**, nombre 3 temas sobre los cuales recuerde haber leído en el blog.

1. _____
2. _____
3. _____

9. ¿Si pudiera publicar en el blog Prensa Escuela, sobre qué tema te gustaría hablar? ¿Por qué?

10. ¿En qué formato te gustaría narrar sus historias en este blog? Marque con una (X)

Crónica ()	Video ()	Imagen con texto simple ()	Animación (Gifs) ()	Caricatura ()
Género periodístico que narra los hechos de algo, se apoya en una línea de tiempo.	Secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento.	Imagen acompañada de un lenguaje sencillo, claro, generalmente en una frase.	Formato gráfico utilizado tanto para imágenes como animaciones.	Es un retrato que exagera o distorsiona la apariencia física de una o varias personas, es humorística.

Otro ¿Cuál? _____

11. Valore de uno a cinco, siendo (5) lo máximo (1) lo mínimo y (0) no me gusta ¿Qué formatos le llaman más la atención en un blog al acceder a información?

Formatos	0 (no me gusta)	1	2	3	4	5
Infografías: Representación visual que resume o explica un tema.						
Videos: Secuencia de imágenes que representan escenas en movimiento.						
Fotografías: Imágenes proyectadas y capturadas.						

Audiolibros: Grabación de los contenidos de un libro. Libro hablado.						
Gifs: Secuencia de imágenes animada, en movimiento.						
Caricaturas: Género de opinión periodístico, se apoya en lo humorístico. Busca exagerar o retratar los rasgos físicos de una persona o los hechos.						
Animación: Dar movimiento a dibujos u objetos inanimados.						
Texto simple: Lenguaje sencillo, claro, generalmente en una frase.						
Podcasts: Emisión de un tema específico en audio.						
Post: Su función es actualizar, puede ser imagen o texto.						

Apéndice B. Apreciaciones generales por parte del grupo de Prensa Escuela con respecto a las encuestas realizadas a jóvenes

- Es evidente el interés por el video, las imágenes y las historias.
- Es sorprendente que a los jóvenes en la actualidad les interese conocer sobre los mecanismos de participación, cómo se mueve la economía e identificar las noticias falsas, es curioso que les interese más estos temas sobre la agenda cultural y deportiva de su ciudad.
- Es una estrategia muy llamativa ya que da muchas luces iniciales y aclara muchas suposiciones que como grupo ya se tenían y esta encuesta aterrizó.