

Manual de estilo para la gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares

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

Camila Toro Arango

**Asesora
Clara Isabel Vélez Rendón
Magíster en Comunicación Digital**

**Unilasallista Corporación Universitaria
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Programa de Comunicación y periodismo
Caldas-Antioquia
Año 2021**

Contenido

Resumen	6
Introducción	7
Justificación.....	10
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Marco teórico	14
Educomunicación	15
Periodismo juvenil	17
Participación juvenil	18
Manual de estilo	20
Metodología.....	23
Alcance	23
Método	24
Técnicas de recolección de datos	25
Grupo focal	25
Entrevistas semi-estructuradas	26
Observación Participante	27
Resultados	29
Primer grupo focal: medios audiovisuales	29
Segundo grupo focal: medios gráficos y visuales.....	34
Tercer grupo focal: periodismo	37
Cuarto grupo focal: digital y sonoro	41
Lineamientos, procesos y alcance de Página 18	45
Observación participante	48
Conclusiones	53
Referencias	56

Lista de tablas

Tabla 1. Secciones para un manual de estilo digital.....	22
Tabla 2. Primer grupo focal.....	31
Tabla 3. Segundo grupo focal.....	36
Tabla 4. Tercer grupo focal.....	38
Tabla 5. Cuarto grupo focal.....	42
Tabla 6. Preguntas por temáticas de las entrevistas semi-estructuradas.....	46
Tabla 7. Resultados de la primera etapa de la observación participante.....	49
Tabla 8. Resultados de la segunda etapa de la observación participante.....	51
Tabla 9. Resultados de la tercera etapa de la observación participante.....	52

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Logo anterior de Página 18.....	34
Ilustración 2. Nuevo logo de Página 18 en su versión completa.....	35
Ilustración 3. Nuevo logo de Página 18 en su versión ícono.....	35

Lista de apéndices

Apéndice A. Manual de identidad visual de Página 18 – Taller de medios escolares.....	58
Apéndice B. Entrevistas realizadas.....	63
Apéndice C. Manual de estilo para la correcta gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares.....	67

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo diseñar un manual de estilo para la correcta gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares. En esa búsqueda, la realización de cuatro grupos focales con los participantes del Taller de medios, fue fundamental para identificar el público objetivo de Página 18, categorizar los contenidos y formatos utilizados en las distintas redes sociales y plataformas, definir los procesos que se desarrollarían dentro del Taller, los canales de comunicación que se utilizarían y la identidad visual y gráfica del medio. Por otro lado, a través de entrevistas semi-estructuradas a la Profesional Universitaria de la Alcaldía de Medellín y a integrantes del Taller de medios, fue posible examinar la acogida de los contenidos en las distintas redes, conocer los procesos que se han desarrollado durante el tiempo de creación de Página 18, la proyección que se quiere tener del medio y el tipo de reconocimiento que quieren que tenga el Taller tanto a nivel institucional como a nivel externo.

Palabras clave: Taller de medios escolares, Educomunicación, Manual de estilo, Periodismo juvenil, Participación juvenil.

Introducción

Página 18 – Taller de medios escolares, se creó en el año 2018 bajo la iniciativa de la Profesional Universitaria de la Secretaría de Educación de la Alcaldía de Medellín, Rosalba Quintero Giraldo. El objetivo del taller fue “crear un lugar para que tanto los participantes del taller, como el resto de la comunidad educativa compartieran sus formas de ver el mundo a través de los diferentes medios y formatos de la comunicación”.

Desde ese momento Página 18 comenzó a funcionar por etapas, las cuales correspondían a los periodos de prácticas de los practicantes de comunicación que llegaban al Taller. De esta forma, cada practicante asumió una identidad y una forma de hacer las cosas diferente a las etapas pasadas, por lo que en Página 18 no se ha creado una identidad característica del medio, sino que se ha transformado con cada practicante que llega al taller. Es por esto que el objetivo general de este proyecto es diseñar un manual de estilo para la correcta gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares, lo que lograría unificar el trabajo desarrollado en las distintas etapas para conseguir una expansión e identidad sólida de Página 18. Este objetivo se sustenta en los objetivos específicos de la investigación que son: Identificar el público objetivo, categorizar los contenidos de las distintas redes sociales y examinar la acogida de los contenidos de Página 18 – Taller de medios escolares.

Para tal fin se tomaron como conceptos claves los siguientes términos: educomunicación, periodismo juvenil, participación juvenil y manual de estilo. El primero tomado desde Coslado (2012), en la medida en que propone que este es un paso a paso que concibe los procesos educativos, la comunicación y los medios como herramientas de análisis y transformación de la realidad. El segundo desde Quijano (1993) que plantea

que el periodismo juvenil, se trata de la apropiación de los espacios periodísticos desde los jóvenes para la construcción de narrativas juveniles que desmonten el carácter adultocéntrico del periodismo. El tercero tomado desde Ramírez (2019), quien propone que la participación juvenil es el proceso de implicar a la juventud en las decisiones y situaciones que afectan su vida; en terrenos ajenos a lo “común” o lo tradicional, ya que depende de una construcción propia de la realidad. Finalmente, manual de estilo desde Sainz (2020) que establece que los manuales de estilo digitales deben delimitar la personalidad de la marca para que el equipo editorial o los encargados, entiendan la forma cómo se debe desarrollar el contenido para la marca.

Para lograr el desarrollo del manual de estilo se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, cuyo alcance es descriptivo. Como método se usó el estudio de caso por tratarse de una investigación a profundidad del caso concreto de Página 18 – Taller de medios escolares. Las técnicas de recolección de información empleadas fueron los grupos focales, las entrevistas semi estructuradas y la observación participante.

En los grupos focales se definieron los procesos que se desarrollaron en su momento y los que se querían a proyección dentro del Taller, los canales de comunicación que se utilizarán, el público objetivo, la identidad visual y gráfica del medio y, a su vez, la forma cómo se presentarán los contenidos del medio en los distintos canales. Las entrevistas semi-estructuradas permitieron conocer la opinión de dos jóvenes integrantes del taller con respecto a los procesos del medio, acogida del público y proyección del medio. Allí se concluyó que se destacan, de los procesos pasados, la creación de contenidos que tengan duración en el tiempo, ya sea por su vigencia o por su continuidad en el Taller. Entre estos procesos se resaltan: el noticiero 18News, la

creación de cortometrajes y la adaptación de cuentos tradicionales a los formatos digitales. Además, en términos de proyección del medio, expresaron que les gustaría generar más contenidos juveniles que fueran más frecuentes y que estuvieran enfocados en temas de interés, sin desconocer los temas institucionales que se deben abordar.

Ahora, con la Profesional Universitaria de la Alcaldía de Medellín, también se realizó una entrevista que buscaba conocer el alcance, la proyección esperada desde la institución y las limitaciones a la hora de generar contenido; entre estas últimas se expresó que no se pueden abordar temas de orden público desde el medio, que no se pueden hacer denuncias desde el medio escolar, entre otras. Bajo este panorama, se decidió que las temáticas centrales que se abordarán desde Página 18 son las siguientes: Educación, Cultura, Actualidad, Ciencia y Tecnología. A partir de allí, se generarán los contenidos de todos los canales del Taller de medios.

Finalmente, la observación participante definió que las tendencias de Página 18, están enfocadas en lo audiovisual y lo escrito.

Justificación

Página 18 es el Taller de medios escolares de la Institución Educativa Colegio Loyola para la Ciencia y la Innovación. Fue creado en el segundo semestre del año 2018, bajo la iniciativa de la profesional universitaria Rosalba Quintero Giraldo, quien con el apoyo del Centro de Prácticas de la Alcaldía de Medellín y la tallerista y practicante de comunicación de la Universidad Pontificia Bolivariana, María Camila Rendón, dieron inicio “a la construcción del camino que llevaría a los participantes de este proyecto a conocer nuevos mundos narrativos y a descubrir que en todas partes y en todo momento siempre habrá una historia que contar”.

El objetivo del Taller es crear un lugar para que tanto los participantes del Taller, como el resto de la comunidad educativa compartan sus formas de ver el mundo a través de los diferentes medios y formatos audiovisuales.

El Taller ha pasado por cinco etapas: en la primera etapa, bajo un proceso participativo, se creó el medio virtual Página 18 y a su vez, el logo, slogan, metodología y entradas en la página web. En la segunda etapa, comenzaron a desarrollarse historias sobre temáticas de interés para los jóvenes, como lo fue la adaptación de los cuentos tradicionales que se subieron a la web. En la tercera etapa, se desarrollaron cortometrajes y se abrieron las puertas al programa Prensa Escuela de El Colombiano. En la cuarta etapa, se desarrollaron dos cortometrajes, se cambió el diseño de la página web y se comenzó con el proceso de 18News, el noticiero digital institucional de publicación mensual, el cual, ha contado con 15 emisiones desde el mes de enero del 2020, que se emitió el primer episodio. Por último, en la quinta etapa y de forma virtual,

se comenzó con el desarrollo de una serie web, se hizo un acercamiento a los podcasts y a las reseñas cinematográficas.

Con el tiempo, el Taller vio la necesidad de expandirse a los canales de comunicación que en su momento respondían a sus intereses de difusión de contenido y a su vez, al público de interés del medio; por lo tanto, Página 18 – Taller de medios escolares, hace presencia en Instagram, Facebook, YouTube, Twitter y adicionalmente, cuenta con una página web alojada en Wix.com.

Sin embargo, no se ha creado una identidad característica de Página 18, sino que esta se ha transformado con cada practicante que llega al Taller. La estructuración del contenido para cada plataforma o red social no está definida. Por lo general, el practicante comparte a través de todas las redes sociales el mismo producto, desconociendo la función de cada plataforma.

Dentro de los talleres de medios que se dan a los jóvenes participantes se crean espacios teóricos, prácticos y de discusión, que se enfocan en la enseñanza de las áreas de la comunicación y el periodismo, la participación activa y el pensamiento crítico; lo cual, se ve reflejado en los contenidos radiales, audiovisuales, escritos, gráficos y multimediales creados por lo estudiantes, pues la metodología de taller que se tiene en Página 18 permite la concreción de conocimientos mediante las experiencias vividas y posterior creación de contenidos. Esto, en últimas, genera que Página 18 sea un Taller que trabaja por procesos individuales y colectivos para el crecimiento tanto de cada uno de los jóvenes como el colectivo en general.

Además, el Taller de medios escolares, gracias a la acogida que ha tenido dentro la institución, ha ayudado en los procesos comunicacionales de este logrando su vinculación y contribuyendo a la creación de campañas comunicacionales estratégicas.

Finalmente, este panorama amplio justifica la creación de un manual de redacción para la gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares, que permita el crecimiento y posicionamiento del medio de comunicación en cada una de las redes sociales y página web, que además facilite y optimice los procesos de aprendizaje del Taller. Así mismo, con el manual de redacción se podrá estructurar qué clase de contenido se comparte en cada red social con el fin de darle una utilidad real a cada una de estas, dentro de las posibilidades que cada aplicación brinda, y así generar más tráfico y más interacción.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un manual de estilo para la correcta gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares.

Objetivos específicos

Identificar el público objetivo de Página 18 – Taller de medios escolares.

Categorizar los contenidos de las distintas redes sociales de Página 18 – Taller de medios escolares.

Examinar la acogida de los contenidos de Página 18 – Taller de medios escolares.

Marco teórico

La Institución Educativa Colegio Loyola para la Ciencia y la Innovación es un proyecto educativo de ciudad que le apuesta a la investigación escolar en secundaria, en convenio con la Fundación Loyola y Tecnoacademia SENA. El colegio está suscrito a la Secretaría de Educación del municipio de Medellín y se ubica en la sede del Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM) de Castilla. Además, el colegio cuenta con un Taller de medios escolares que funciona desde el año 2018 como una actividad extracurricular para los estudiantes, cuyo objetivo es crear un lugar para que tanto los participantes en el Taller como el resto de la comunidad educativa compartan sus formas de ver el mundo a través de los diferentes medios y formatos audiovisuales.

Para el semestre 2021-01, de los 524 estudiantes de la institución, 43 participaron de manera activa en el Taller de medios, el cual, está dividido en dos grupos: el semillero y el Taller de medios avanzado. En el primero se inscriben los jóvenes que ingresan por primera vez al Taller y los estudiantes del grado sexto, séptimo y octavo; en total son entre 22 a 25 jóvenes. Con estos, el proceso de aprendizaje se da desde los componentes básicos de la comunicación y la periodicidad de encuentros es cada semana: los miércoles de 2:00 p.m. a 4:00 p.m. En el segundo grupo se inscriben los jóvenes que llevan varios semestres e incluso años en el Taller de medios, y que ya han tenido un acercamiento más profundo a las herramientas y técnicas de la comunicación. Son aproximadamente 18 jóvenes. Con estos, la metodología, temáticas y procesos de aprendizaje son más profundos y es mayor la generación de contenidos. Los encuentros con este grupo se realizan los martes y jueves de 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

Para la construcción del manual de estilo, en el cual participaron los jóvenes de ambos grupos del Taller de medios, es importante tener en cuenta los siguientes conceptos:

Educomunicación

Para definir el concepto de educomunicación y el alcance del mismo, es necesario entender que este es un campo de estudio que se construye a partir de las dimensiones teórico – prácticas tanto de la comunicación como de la educación. Desde esta perspectiva, en el *Seminario Latinoamericano* organizado por la CENECA en 1991, y con la posterior publicación del libro *Educación para la comunicación. Manual latinoamericano*, en el cual participaron UNICEF y UNESCO como editores, se definió este término como un proceso de creación del conocimiento, el cual fue recogido en el libro *Educomunicación más allá del 2.0* de Aparici (2010):

La educomunicación incluye, sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad (p.1).

Por su parte, Mario Kaplún (1998) asocia el término con un instrumento que fortalece a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades para la autogeneración de mensajes. Es decir, la principal función es la de proveer canales y flujos de comunicación para el intercambio de mensajes (p. 244).

Si bien, ambas definiciones parten del proceso dialógico como pilar fundamental de la educomunicación, es necesario aclarar que este no es su fin último, pues la

educomunicación, a partir de allí, pretende generar aprendizajes utilizando herramientas y estrategias de comunicación, que a su vez son llevadas a la acción para lograr procesos significativos, tal como lo expresa Coslado (2012):

La educomunicación, por tanto, es proceso, movimiento, flujo de significados, acción creativa y recreativa, construcción-deconstrucción-reconstrucción permanente de la realidad. Es, en suma, una forma de pedagogía crítica que concibe los procesos educativos, la comunicación, los medios y las tecnologías como herramientas de análisis y de acción para la comprensión y la transformación del Mundo (p.167)

Por su parte, Andrada (2015) reafirma la importancia de los individuos en los procesos de educomunicación pues los centra como seres en relación que, dentro de los nuevos espacios educativos cada vez más inmersos en las tecnologías de la comunicación, son nuevos sujetos, con una nueva percepción del espacio, el tiempo y de la acción. “La comunicación se entiende, así como un componente del proceso educativo, una modalidad de diálogo, una forma de relación estratégica que se establece entre la educación y la misma comunicación en cuanto a su relación con las diversas problemáticas” (p.3). Concluye su planteamiento diciendo que, a partir de esta visión, lo que preocupa realmente es interpretar las redes relacionales que provocaron nuevos modos de pensar, vivir, actuar, sentir y decidir en nuestras poblaciones cubiertas de diversidades culturales.

Teniendo en cuenta esto, Página 18 desarrolla un proceso educomunicativo porque forma sujetos en los múltiples lenguajes y medios de comunicación, con el fin de fortalecer el sentido crítico frente a los procesos comunicativos. De esta forma, dentro

del Taller se conciben los procesos educativos y la comunicación como herramientas tanto de análisis de la realidad como de transformación social, mediante la creación de contenidos; además, en el Taller se accede y se trabaja a partir del diálogo, lo que permite una construcción, deconstrucción y reconstrucción permanente de las realidades individuales y colectivas.

Periodismo juvenil

Para abordar el concepto es necesario entender que, desde su definición básica, el periodismo juvenil tiene como condición la participación de los jóvenes en la realización de contenidos. De este modo, en términos educativos, el periodismo juvenil surge de “la desconexión de la educación con la realidad social y al desinterés de la juventud escolar por el periodismo escrito” (Quijano, 1993, p.25); lo que genera que los jóvenes (lectores-receptores de los medios masivos) no encuentren en estos medios contenidos de su interés, ya que estos últimos “están pre elaborados, buscando mediante ellos educar o brindar formas de comportamiento que busca fines comerciales” (Quijano, 1993, p.27). Además, es ineficiente en el sentido en que los jóvenes no participan de la construcción del mensaje, pues se da por sentado que estos están interesados en el contenido.

Ahora bien, en respuesta, el periodismo juvenil escolar debe ser plasmado mediante procesos comunicativos o implementado desde los medios de comunicación; ya que, “consiste en aplicar las funciones de un conjunto de elementos (periodistas, educadores y jóvenes), a través de un sistema de comunicación a un público objetivo” (Quijano, 1993, p.35). Esto involucra que los jóvenes realicen las diferentes etapas de

producción periodística, en las que se incluyen características de diversos géneros periodísticos: investigación, opinión, análisis, entre otros.

Finalmente, desde la participación activa de los jóvenes de Página 18 – Taller de medios escolares, se definió el periodismo juvenil como aquel periodismo que “incomoda”, es decir, que se pregunta, indaga y desmonta el enfoque adultocéntrico del periodismo. Se trata de construir contenidos periodísticos a partir de la idea de que los lectores o público objetivo se informe y pueda generar un punto de vista crítico a partir de eso que comprendió. Es una herramienta de empoderamiento juvenil para conocer su entorno y así mismo, cuestionarlo y transformarlos.

Participación juvenil

Al plantear la definición de participación, se encuentra una referencia a la acción y efecto de tomar parte en algo, sin embargo, “no existe una configuración homogénea sobre su comprensión y abordaje, constituyéndose más bien como un concepto polisémico y polémico, el que se encuentra en permanente disputa y debate al ser una noción altamente deseable en sociedades democráticas” (Escobar y Pezo, 2019, p.67).

En este sentido, es importante determinar el enfoque que se adapte al concepto de participación juvenil, ya sea desde lo político, lo ciudadano, lo comunitario, lo estudiantil, lo social, entre otros. De esta forma, se reconocen las condiciones contextuales y las relaciones de poder donde se ejerce la participación y, de manera conjunta, se considera la capacidad con la que cuentan los individuos para involucrarse en el entramado social del que hacen parte (Escobar y Pezo, 2019, p.67).

Ahora bien, la participación juvenil, lejos de restringirse a los procesos electorales, se involucra también en las políticas que conciernen y que son de interés para los jóvenes (Ramírez, 2019, p.100). “La juventud hoy se involucra más en intereses sociales diversos que en el restringido ámbito estatal, y se destaca en los ámbitos locales y de interés común, donde se concretizan muchas veces sus acciones” (Ramírez, 2019, p.100).

Checkoway (2009 como citado en Ramírez 2019) enmarca que la participación juvenil debe observarse como “el proceso de implicar a la juventud en las decisiones y situaciones que afectan su vida; en terrenos ajenos a lo “común” o lo tradicional, ya que depende de una construcción propia de la realidad por medio de las formas de socialización en que se desarrollan” (p.100), lo que involucra la organización misma de los jóvenes a través de colectivos, asociaciones, agrupaciones u organizaciones para darle respuesta y defender sus intereses públicos, políticos y sociales.

Sin embargo, la participación juvenil ha sido capturada por una racionalidad instrumental, donde se pone la atención en torno al cumplimiento de ciertas actividades democráticas. Es decir, la participación juvenil se entiende, desde las instituciones gubernamentales como un conjunto de instancias protocolares que deben ser realizadas para generar una comprobación posterior, lo que significa que se valora realmente es la cantidad de participantes que acuden a las convocatorias y no necesariamente al acuerdo o toma de decisiones que se llevan a cabo (Escobar y Pezo, 2019, p.71).

Por lo tanto, en contraposición, se debe “comprender que la participación de las y los jóvenes opera en la acción cotidiana, por ende, se constituye como un proceso continuo que otorga sentido a la experiencia juvenil de participación” (Escobar y Pezo, 2019, p.73).

Página 18 se considera también como un proceso de participación juvenil, en el sentido en que los jóvenes del Taller, a través de la comunicación, se envuelven en las problemáticas e intereses sociales y políticos, y es a partir de estos, que concretan sus acciones en los contenidos que crean. De esta forma, ellos se involucran en situaciones que afectan sus vidas y las transforman a partir de la comunicación y la construcción colectiva y participativa de saberes.

Manual de estilo

Los manuales de estilo han sido utilizados por los medios de comunicación como libros que sirven de guía sobre periodismo o lenguaje, los cuales, son considerados de obligatorio cumplimiento para quienes trabajan en los medios o empresas que los ponen en funcionamiento (Gómez, 2008).

Ahora bien, estos, como manuales de producción, engloban “no solo los aspectos léxicos, semánticos y gramaticales sino, sobre todo, las herramientas y operaciones que garantizan que el producto sea lo que sus editores desean, y que pretenden, según el autor, legitimar al medio frente a sus consumidores” (Yriart, 1998, p.44); por lo cual, estos suelen dividirse en dos partes: la primera dedicada a establecer las normas y los criterios puramente periodísticos o comunicacionales y la segunda es una guía para lograr que el español sea usado lo más correcto posible (Gómez, 2008, p.1).

Es importante resaltar que para que un manual de estilo sea útil este debería ser un:

Conjunto mínimo de reglas operativas que permitiera producir cada edición del producto de manera tal que su audiencia pudiera recibir el mensaje con

el mínimo de costo cognoscitivo y que quienes lo producen pudieran hacerlo con el mínimo de esfuerzo, manteniendo la identidad del producto en cada instancia (Yriart, 1998, p.46).

Además, pretenden reglamentar sólo acerca de lo que es exclusivo del proceso de producción del medio; de esta manera, tienen dos aspiraciones: ser comprensible y ser fácilmente modificable (Yriart, 1998, p.46), lo que quiere decir que debería ser un manual acerca de cómo en realidad se hacen las cosas en una organización, y que este sea de fácil acceso y entendimiento para todas las personas que lo utilicen.

Por otro lado, los manuales de estilo varían dependiendo del tipo de medio, es decir, si es impreso, mixto o completamente digital. Según Sainz (2020), los manuales de estilo digitales deben delimitar la personalidad de la marca para que el equipo editorial o los encargados, entiendan la forma cómo se debe desarrollar el contenido para la marca. Así mismo, debe ayudar a:

- Definir mensajes claves y público objetivo
- Mantener la coherencia entre los contenidos
- Resolver dudas entre el equipo de creación de contenidos
- Ofrecer pautas para los nuevos redactores, *freelancers* o *bloggers*
- Marcar el estándar de calidad de los contenidos

Es así, que para lograr estos objetivos que plantea (Sainz, 2020), se proponen unas secciones para estos manuales que respondan a las necesidades anteriormente planteadas. A continuación, se especifican cuáles son y cuál es su propuesta de desarrollo:

Tabla 1. Secciones para un manual de estilo digital

Sección	Descripción
1. Objetivo y público objetivo	Se define el objetivo de los contenidos y el público o <i>buyer persona</i> al que se dirige.
2. Tono y estilo de los contenidos	Se trata de definir la personalidad de la marca mediante la respuesta a las siguientes preguntas: ¿Se expresaría de manera formal o cercana? ¿Sería divertida? ¿Habría de tú o de usted?
3. Uso del lenguaje	En esta sección se trata de resolver dudas ortográficas, puntuación e incluso términos que se deben evitar.
4. Pautas de formato	Se definen una serie de normas para que todos los contenidos tengan un aspecto similar y puedan ser abordados de la manera adecuada.
5. Consejos para SEO	Se pretende ofrecer indicaciones para el uso de palabras claves y la redacción de títulos y metaetiquetas.

Fuente: WeAreContent – Artículo web (Sainz, 2020)

Metodología

El presente trabajo de grado se enfocó en la creación de un manual de estilo para la correcta gestión y desarrollo de Página 18 – Taller de medios escolares; para tal fin, se utilizó un enfoque cualitativo de investigación, el cual, “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010, p.7). Con este enfoque, la acción indagatoria se mueve entre los hechos y su interpretación, por lo que se considera un proceso más circular que lineal, que se modifica de acuerdo con cada estudio particular que se quiere investigar. Para el caso puntual de este proyecto, este enfoque cualitativo nos permite investigar las situaciones correspondientes al Taller de medios escolares, para realizar la correcta interpretación de estas y finalmente, codificar todos los hallazgos en un manual de estilo digital que permita el avance, consolidación y crecimiento del medio escolar.

Alcance

Es por esto que la investigación tiene un alcance descriptivo, que, según Sampieri, Fernández & Baptista (2010) pretende:

 Especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (p.80).

Dentro del proyecto significa que este se limita a la recolección de información acerca de qué clase de contenido se publica tanto en página web como en las distintas

redes sociales, el público que consume este contenido, su acogida, la forma cómo se presentan los contenidos, las temáticas que se abordan tanto dentro de los espacios de Taller como en la generación de contenido, los formatos que se utilizan para cada plataforma, las especificaciones técnicas y de estilo para la creación de contenido, los canales de acuerdo con los formatos, la identidad visual del medio y el tipo de lenguaje que es usado por los integrantes en la creación de contenido. Con esta información, se puede describir y condensar la forma cómo se hacen las cosas dentro del medio escolar, mediante un manual de estilo que especifica, de manera detallada, todos los procesos comunicativos que se desarrollan dentro de Página 18 – Taller de medios.

Método

Teniendo definido que lo que se quiere es describir y condensar la información de los procesos de Página 18 en un manual de estilo, es menester precisar que el método o técnica de investigación utilizada en este proyecto es un estudio de caso, el cual permite tener una exploración profunda y pormenorizada de los procesos del Taller de medios, en su contexto real. Este método consiste en “la recopilación e interpretación detallada de toda la información posible sobre un individuo, una institución, una empresa, un movimiento social particular” (Vieytes, 2009, p.59). Dentro de la investigación se pretendió, a partir del caso puntual de Página 18 – Taller de medios escolares, adquirir la percepción más completa de este, considerándolo holísticamente. Se exploró la singularidad del medio – el caso- para poder conocer en profundidad los procesos desarrollados por los anteriores practicantes y participantes del Taller de medios, para condensar toda esa información y comenzar a construir una identidad visual y trazar un mismo horizonte.

Las unidades de análisis para este estudio de caso, son los jóvenes participantes del taller, las directivas de la institución y la audiencia que consume los contenidos de Página 18.

Técnicas de recolección de datos

Finalmente, las técnicas o instrumentos de recolección de información que se usaron en el estudio de caso fueron: los grupos focales, las entrevistas semiestructuradas y la observación participante; ya que estas permiten tener una comunicación cercana con las personas involucradas en el proceso de investigación. El nivel de empatía que se logró crear con estas personas ayudó a tener datos y testimonios sinceros de cada una de ellas, como parte del proceso de investigación.

Grupo focal

Para empezar, un grupo focal es una técnica especial dentro de la categoría de entrevista grupal, cuya característica primordial “es el uso explícito de la interacción para producir datos que serían menos accesibles sin la interacción del grupo. Las actitudes y los puntos de vista sobre un determinado fenómeno no se desarrollan aisladamente, sino en interacción con otras personas” (García y Rodríguez, 2000, p1). Es, por tanto, que los grupos focales son conversaciones planeadas y diseñadas para obtener información de un área particular de interés en un ambiente permisivo y no directivo. Krueger (1988 como citado en García y Rodríguez 2000).

De este modo, se dirigieron cuatro grupos focales realizados el primer martes de cada mes desde marzo hasta junio. En estos, participaron los jóvenes que forman parte de Página 18 – Taller de medios escolares (43 aproximadamente) y la profesional universitaria encargada del proyecto.

A través de estos grupos focales se definieron los procesos que se desarrollarían dentro del Taller, los canales de comunicación que se utilizarían, la identidad visual y gráfica del medio y, a su vez, la forma cómo se presentarían los contenidos del medio en los distintos canales. Las preguntas estuvieron enfocadas, dependiendo del mes y del proceso que se estuviera adelantando para este, en cómo se iban a hacer las cosas a nivel interno y externo dentro del Taller de medios escolares.

Entrevistas semi-estructuradas

Para continuar, una entrevista cualitativa es, en términos simples, una técnica de investigación que nos permite obtener información profunda y detallada de alguno de los actores de la investigación, pues es un proceso cara a cara que genera una interrelación entre el entrevistador y el entrevistado. En esta interrelación se reconstruye la realidad de un grupo, ofreciendo datos acerca de los procesos sociales y las convenciones culturales. Además, la entrevista cualitativa “tiene un enorme potencial para permitirnos acceder a la parte mental de las personas, pero también a su parte vital a través de la cual descubrimos su cotidianidad y las relaciones sociales que mantienen” (Deslauriers, 2011, pág. 2).

En este caso se utilizó la entrevista semi-estructurada. Este tipo de entrevistas son más flexibles que las estructuradas, debido a “que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013).

Además, se considera que estas ofrecen un grado de flexibilidad aceptable, a la par que mantienen la suficiente uniformidad para poder alcanzar interpretaciones acordes con el objetivo del estudio (Díaz, et al. 2013).

Entonces, se realizó una entrevista a Rosalba Quintero Giraldo, profesional universitaria de la Alcaldía de Medellín quien se desempeña como coordinadora técnica de la Institución Educativa Colegio Loyola para la Ciencia y la Innovación. Esta entrevista se hizo con el fin de conocer los límites y alcances de Página 18 - Taller de medios escolares, y abordar las temáticas posibles para trabajar dentro del Taller de medios.

También se realizaron dos entrevistas: una a Isaac Mercado Tangarife, estudiante de décimo grado y participante del Taller desde el año 2019. La otra a Samuel Duarte Burgos, estudiante de undécimo grado y participante del Taller desde el año 2018. Estas entrevistas se hicieron para conocer los procesos, la acogida del público y la proyección del medio escolar.

Observación Participante

Para finalizar, la Observación Participante según Taylor y Bogdan (1984) es la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en escenario social, ambiente o contexto y durante la cual se recogen datos de modo sistemático.

La situación ideal para la recolección de los datos es que los informantes se olviden que el observador se propone investigar. Los primeros días serán de observación y reconocimiento del entorno y sus actores, pasando los días la distancia se verá reducida por la misma interacción social. Debe tenerse en cuenta que el observador debe

procurar tener una interacción social natural, con el fin de que las personas se sientan completamente cómodas con su presencia.

El investigador deberá formular preguntas que le permitan a las personas hablar sobre lo que tienen en mente y lo que les preocupa sin que den respuestas forzadas, por esto, se debe tratar de buscar la comodidad de los informantes para poder preguntar sobre lo que le interesa al investigador sin que se vuelva una situación incómoda para el informante. También, se podrán tener en cuenta expresiones del lenguaje verbal y no verbal, pues allí se encontrarán muchas respuestas (Taylor y Bogdan, 1984). Así, se logró orientar los procesos desarrollados en el Taller de medios, asesorar de manera efectiva la ruta a seguir y condensar los intereses y necesidades de los participantes y el público de Página 18.

Resultados

Una de las técnicas de recolección de datos que se usó en la presente investigación fue el grupo focal. Se realizaron cuatro, el primer martes de cada mes, desde marzo hasta junio. En estos participaron los 43 jóvenes que forman parte de Página 18 – Taller de medios escolares y la Profesional Universitaria encargada del proyecto, la cual, es asignada desde la Secretaría de Educación de la Alcaldía de Medellín.

Estos grupos focales estuvieron orientados en la definición de los procesos que se desarrollaron en su momento y a proyección dentro del Taller, los canales de comunicación que se utilizarán, el público objetivo, la identidad visual y gráfica del medio y, a su vez, la forma cómo se presentarán los contenidos del medio en los distintos canales. Las preguntas estuvieron encaminadas, dependiendo del mes y del proceso que se estuviera adelantando para este, en cómo se iban a hacer las cosas a nivel interno y externo dentro del Taller de medios escolares.

Primer grupo focal: medios audiovisuales

Para el primer grupo focal, es decir, para el segundo día del mes de marzo, se abordó la temática de los medios audiovisuales, por lo cual, el grupo focal inicial indagó sobre cómo se iban a realizar los productos audiovisuales en Página 18 bajo seis preguntas claves, que se utilizaron también durante los siguientes tres grupos focales:

1. ¿Qué formatos abordaremos en este medio?
2. ¿Cuáles canales se utilizarán para cada formato?
3. ¿Qué especificaciones técnicas deben tenerse en cuenta para amenizar el contenido para la web?

4. ¿Qué especificaciones de estilo deben considerarse para mantener el tono y el estilo del medio?

5. ¿Qué tipo de lenguaje se utilizará para cada formato?

6. ¿Qué temáticas se pueden abordar en cada medio y respectivamente, en cada formato?

En la siguiente tabla se sistematizan los resultados obtenidos:

Tabla 2. Primer grupo focal

Tipo de medio	Formato	Canales	Especificaciones técnicas	Especificaciones de estilo	Temáticas	Tipo de lenguaje
Audiovisuales	Noticiero	Página web, plataformas de video, correo electrónico, Facebook, WhatsApp.	<p>Se recomienda que el noticiero sea grabado en espacios abiertos, con trípode y micrófono externo para evitar los ruidos externos y el movimiento exagerado en cámara. La toma puede jugar con el zoom para generar dinamismo y realizar <i>tils</i> y <i>paneos</i> para dar mejor ritmo al noticiero.</p> <p>* El noticiero se edita en Adobe Premiere Pro y los audios del mismo en Adobe Audition.</p> <p>* La duración promedio es entre 15 a 30 minutos, siendo este último el máximo de duración recomendado.</p> <p>* Formato de exportación del video: H.264</p> <p>* Aspecto estándar para videos: 16:9</p> <p>Formas de presentar las notas periodísticas:</p> <p>- MIXER: Imágenes con voz en off</p> <p>- NOTA CON ARCHIVO: Imágenes de archivo para la noticia</p>	18News, si bien es un noticiero institucional, tiene un estilo joven, dinámico y arriesgado; por lo cual, puede incluir música, memes, jugar con los guiones de los presentadores y así mismo, con el formato de grabación para darle ese toque.	Noticias institucionales, talentos de la institución, avisos parroquiales y una noticia cultural de la ciudad.	Formal y utilizando frases coloquiales para llevar el hilo conductor de los presentadores.

			<p>- NOTA PROPIA: Imágenes obtenidas propiamente del hecho</p> <p>- SEMI-DIRECTO: Se graba y se emite como si fuera en vivo.</p>			
	Filminutos	Página web, plataformas de video, post e historias de Instagram, Facebook, WhatsApp.	<p>Puede ser grabado con celular o con cámara.</p> <p>* Formato de exportación del video: H.264</p> <p>* Aspecto estándar para videos: 16:9</p>	Se puede incluir un audio de fondo, ya sea una canción o simplemente una voz en off. Se recomienda abordar temáticas cotidianas para el desarrollo de la historia.	Educación, cultura, ciencia y tecnología, actualidad	Formal
	Cortometrajes	Página web, plataformas de video y Facebook	<p>Puede ser grabado con celular o con cámara, preferiblemente utilizando audio externo para evitar ruido.</p> <p>* Formato de exportación del video: H.264</p> <p>* Aspecto estándar para videos: 16:9</p>	Los cortometrajes, además de alinearse a las temáticas de Página 18, deben tener un estilo joven que despierte interés en nuestro público; por lo cual, se recomienda la utilización de narraciones simples que dejen un mensaje claro en los espectadores.	Educación, cultura, ciencia y tecnología, actualidad e historias cotidianas	Formal o informal, depende de la temática abordada en el cortometraje.

	Series	Página web, IGTV, plataformas de video y Facebook	<p>Las series en Página 18 deben contener entre 3 y 10 capítulos, cuya duración individual no supere los 15 minutos. Por tratarse de formatos para web puede ser grabada con celular o cámara, siendo procurando tener buen sonido y la mejor calidad de la imagen posible.</p> <p>* Las series se editan en Adobe Premiere Pro y los audios del mismo en Adobe Audition. * Formato de exportación del video: H.264 * Aspecto estándar para videos: 16:9</p>	<p>Además de alinearse a las temáticas de Página 18, deben tener un estilo joven que despierte interés en nuestro público; por lo cual, se recomienda la utilización de narraciones simples que dejen un mensaje claro en los espectadores.</p>	Educación, cultura, ciencia y tecnología, actualidad e historias cotidianas	Coloquial o informal
--	--------	---	--	---	---	----------------------

Segundo grupo focal: medios gráficos y visuales

Para el sexto día del mes de abril, en el segundo grupo focal, se abordó la temática de los medios gráficos y visuales donde no solo se respondieron las preguntas planteadas para el primer grupo focal, sino que se definieron los colores, tipografías e isologo de Página 18. El resultado fue la creación de un manual de identidad visual del medio escolar ([ver Apéndice A](#))

A continuación, se presenta el logo anterior del Taller de medios:

Ilustración 1. Logo anterior de Página 18



Fuente: Página web de Página 18

Este logo fue construido durante la primera etapa del Taller de medios en el año 2018. El proceso se basó en un concurso abierto dentro de la institución donde cualquier estudiante podía proponer un logo. La propuesta ganadora fue realizada por el estudiante Sebastián O'Brien, el cual, también pertenecía al Taller de medios escolares. Lo que buscaba plasmar su propuesta es que el Taller de medios, a través de la palabra, puede cambiar el mundo. Sin embargo, el logo no significó lo mismo para los demás integrantes

del Taller. Ellos buscaban un diseño minimalista que tuviera una versión ícono y una identidad más juvenil. El resultado se presenta a continuación:

Ilustración 2. Nuevo logo de Página 18 en su versión completa



Ilustración 3. Nuevo logo de Página 18 en su versión ícono



Después de definir tipografía, composición cromática y finalmente el isologo, se definieron los formatos a trabajar dentro del medio visual y gráfico. En la siguiente tabla se presentan los resultados del grupo focal:

Tabla 3. Segundo grupo focal

Tipo de medio	Formato	Canales	Especificaciones técnicas	Especificaciones de estilo	Temáticas	Tipo de lenguaje
Visuales	Infografía	Post para todo tipo de redes sociales, página web.	<p>Las infografías pueden tener los siguientes dos tamaños: 1080 x 1080 píxeles si se pretende colocar como un post de redes sociales o 1920 x 1080 si lo que se quiere es que sea un formato alargado tipo historias o ancho tipo diapositiva.</p> <p>* Se recomienda realizarlas en Adobe Illustrator o la plataforma Canva.</p>	Las infografías deben contener una imagen o ilustración principal que guíe la lectura.	Educación, cultura, ciencia e innovación.	Formal intentando simplificar el contenido que se pretende informar.

Tercer grupo focal: periodismo

Para el cuarto día del mes de mayo, en el tercer grupo focal, se trabajó con los géneros del periodismo. Allí, se definió y abordó los formatos periodísticos de los distintos géneros que se utilizarían en el Taller de medios. En este grupo focal también se les dio respuesta a las seis preguntas claves que precisaron el manual de estilo.

Tabla 4. Tercer grupo focal

Tipo de medio	Formato	Canales	Especificaciones técnicas	Especificaciones de estilo	Temáticas	Tipo de lenguaje
Escritos (informativo y narrativo)	Noticia	Impreso (periódico), correo electrónico (boletín informativo), posts e historias para redes sociales y página web.	Toda noticia debe contener: titular, créditos, sumario, fotografía (calidad: superior a 280 ppp) y el texto que la desarrolla.	La extensión de las noticias no debe sobrepasar una página tamaño carta; el titular debe procurar tener una longitud de 6-10 palabras; el sumario no más de tres renglones y los textos deben ir alineados a la derecha o izquierda según corresponda el diseño.	Economía, cultura, institucional, tecnología e innovación.	Formal, pero de fácil comprensión. Evitar utilizar tecnicismos.
	Crónica	Página web e impreso.	La crónica puede ser audiovisual, escrita o sonora. En el caso de la primera, en la narración, debe primar lo que cuenta la imagen, no es lo que se cuenta literalmente; su duración oscila entre los 5 a los 15 minutos. Con respecto a la escrita, esta procurará por no pasar las 3 páginas tamaño carta y estar acompañada de imágenes de apoyo (calidad: superior a 280 ppp) con sus respectivos pies de fotos. En el caso de ser sonora, debe estar ambientada con música y efectos para amenizar la historia. Toda la música usada debe estar registrada como "música libre" o sin copyright.		Cultura, Ciencia e innovación	Coloquial e informal

	Perfil	Página web, correo electrónico, impreso, post para redes sociales.	<p>El perfil puede ser audiovisual, escrito o sonoro. En el caso del primero, en la narración, debe primar lo que cuenta la imagen, no lo que se cuenta literalmente; su duración oscila entre los 5 y los 20 minutos. Con respecto al escrito, este procurará no pasar las 3 páginas tamaño carta y estar acompañado de imágenes de apoyo del personaje del perfil (calidad: superior a 280 ppp) con sus respectivos pies de fotos. En el caso de ser sonoro, debe estar ambientado con música y efectos para amenizar la historia, además de testimonios directos del personaje. Toda la música usada debe estar registrada como “música libre” o sin copyright.</p>	Personajes institucionales o culturales	Coloquial e informal
	Entrevista	Plataformas de video, IGTV, página web.	<p>La entrevista puede ser escrita, sonora o audiovisual. En el primer caso, el formato debe responder a “pregunta-respuesta”, es decir, se escribe la pregunta y seguidamente la respuesta procurando sintetizar esta para armonizar la lectura. Si es sonora, en términos de estilo, se debe presentar al entrevistado para hacer la diferenciación en las voces y entender el diálogo. Se recomienda no utilizar música de fondo para este formato. Con respecto al audiovisual, intentar que sea un diálogo ameno que atrape al público, por lo cual, se sugiere, mirar al entrevistado intercalando la vista a la cámara principal.</p>	Personajes institucionales o para conocer a profundidad sobre un tema abordado en otro medio	Formal

Interpretativos	Columna de opinión	Página web, Facebook.	<ul style="list-style-type: none"> * Hasta 400 palabras o 2000 caracteres * Al menos una referencia a una noticia * Siempre incluir en los créditos: foto, nombre y grado * Incluir un título para la columna * Si así lo prefiere, puede incluir una imagen y/o video 	No hay restricciones	Formal con utilización de palabras coloquiales.
	Meme	Redes sociales	Preferiblemente imágenes tamaño estándar 1080 x 1080 píxeles.	No hay restricciones	Informal y coloquial
	Caricatura	Redes sociales	Preferiblemente imágenes tamaño estándar 1080 x 1080 píxeles.	No hay restricciones	Informal y coloquial

Cuarto grupo focal: digital y sonoro


Finalmente, para el octavo día del mes de junio, en el cuarto grupo focal se abordaron los medios digitales y sonoros. Es importante aclarar que los medios sonoros sólo se abordaron con fines del grupo focal, pues este tema se trató a profundidad en el mes de febrero. La temática y ejecución del Taller para este mes solo estuvo focalizada en los medios digitales, más específicamente en redes sociales.

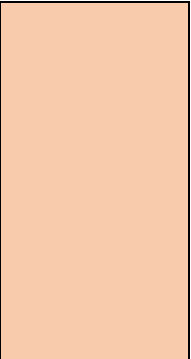
Ahora, el abordaje, si bien se hizo desde las seis preguntas base, también incluyó un proceso de definición del público objetivo de Página 18 – Taller de medios escolares.

En la siguiente tabla se sistematizan los resultados obtenidos:

Tabla 5. Cuarto grupo focal

Radiales - sonoros	Podcast	IGTV, Anchor, página web	<p>Su duración va a depender de la intención del podcast, es decir, si se pretende tener entrevistados o abordar grandes géneros puede oscilar entre los 25 y los 45 minutos; en cambio, si solo se pretende tener una conversación entre los locutores la duración máxima recomendada es de 20 minutos. Si se quieren dar cápsulas informativas o interpretativas sobre algún tema, la duración es de 5 minutos máximo y si se pretende tener secciones o abordar a profundidad en algún contenido, lo recomendado es una duración de 10 minutos. Ahora bien, el audio, en la medida de las posibilidades, debe grabarse aislando el ruido externo; también, se debe procurar manejar muy bien la respiración para no distraer al oyente.</p>	<p>Se recomienda incluir dentro de los podcasts: un cabezote de entrada, uno de salida, una cuña y un promo, con el fin de darle un estilo característico a los podcasts producidos en Página 18.</p>	Educación, cultura, ciencia y tecnología, actualidad	Coloquial e informal
-----------------------	---------	-----------------------------	--	---	--	-------------------------

Digitales	Página web	N/A	La página web de Página 18 está alojada en Wix, lo que permite un fácil acceso a la configuración estética de la página. Se recomienda conectar pluggins a la página para darle más visibilidad en los buscadores de Google.	<p>La página web de Página 18, está dividida de la siguiente manera:</p> 	Economía, educación, cultura, institucional, tecnología e innovación.	Coloquial, informal o formal, dependiendo del contenido.
	Post (feed) para redes sociales	Instagram, Facebook, WhatsApp	1080 x 1080 píxeles (vídeos, fotografías, ilustraciones, infografías)	Los posts para redes sociales se utilizan con diversos fines: transmitir algún tipo de información o contenido de valor, presentar algún producto, promocionar la marca o simplemente para publicar fotografías. En el caso de Página 18, los posts se utilizarán para promocionar contenido creado por el Taller, dar información o contenido de valor a nuestro público y para mostrar, mediante fotografías, el proceso del Taller de medios.	Educación, cultura, ciencia y tecnología, actualidad	Informal y coloquial

	Reels y Tik toks	Instagram, Tiktok.	1920 x 1080 píxeles. Duración: entre los 15 y los 30 segundos para Instagram y los 30s y 1 minuto para Tiktok. Para amenizar los videos cortos, se debe contar con buena iluminación, ya sea natural o artificial.	Se recomienda utilizar esta herramienta para dar contenido de valor a nuestro público. Ejemplo: ¿Cómo editar una fotografía? ¿Cómo hacer memes?, entre otras opciones.	Educación, cultura, ciencia y tecnología, actualidad	Informal
---	------------------	--------------------	---	--	--	----------

De esta forma, y mediante el análisis de cada tipo de medio bajo esas seis preguntas que fueron discutidas, se precisó el rumbo y la forma de abordar el medio de comunicación escolar.

Lineamientos, procesos y alcance de Página 18

Otra de las técnicas utilizadas para la recolección de información fue la entrevista semi estructurada, en este caso se realizaron entrevistas independientes a:

- Isaac Mercado Tangarife, estudiante de décimo grado e integrante del Taller de medios desde el año 2019, para conocer sobre los procesos que se han llevado a cabo en el Taller, la acogida del público frente a los contenidos y conocer la forma cómo se imagina el Taller de medios en el futuro.

- Samuel Duarte Burgos, estudiante de undécimo grado e integrante fundador del Taller de medios, para conocer sobre los procesos que se han llevado a cabo en el Taller, la acogida del público frente a los contenidos y conocer la forma como se imagina el Taller de medios en el futuro.

- Rosalba Quintero Giraldo, profesional universitaria de la Alcaldía de Medellín y fundadora de Página 18, Taller de medios escolares, para conocer los límites, lineamientos y alcances del Taller y entender la proyección de la institución con respecto al medio.

Las entrevistas de ambos jóvenes estuvieron direccionadas hacia tres temáticas: procesos del medio, acogida del público y proyección del medio. Por temática se realizaron dos preguntas, las cuales, podían profundizarse o cambiar el enfoque

dependiendo de las respuestas de los entrevistados. A continuación, se presentan las preguntas por temáticas realizadas:

Tabla 6. Preguntas por temáticas de las entrevistas semi estructuradas

Temática	Preguntas
Procesos del medio	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cuáles son los procesos que más destacas en el tiempo en que has participado del Taller de medios? ● ¿Cómo consideras que deberían desarrollarse los procesos en el Taller de medios?
Acogida del público	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué tipo de contenidos crees que tienen mejor acogida por parte de la audiencia de Página 18? ● ¿Qué crees que busca nuestro público objetivo en nuestros contenidos?
Proyección del medio	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo te gustaría que fuera el medio en un futuro? ● ¿Cómo quieres que sea reconocida Página 18 – Taller de medios escolares?

A partir de estas respuestas ([ver Apéndice B](#)), se profundizaron en los formatos finales que se abordarán desde Página 18 en los distintos canales, en el tono y estilo del medio dependiendo de las experiencias positivas con respecto a los contenidos que mayor acogida han tenido, teniendo muy presente la forma cómo se abordaron y, así mismo, las necesidades de su público. También, a partir de los procesos pasados, se pudo trazar el horizonte o futuro del medio escolar.

En este proceso se encontró que los estudiantes rescataban de los procesos pasados la creación de contenidos que tengan duración en el tiempo, ya sea por su vigencia o por su continuidad en el Taller. Entre estos procesos se destacan: el noticiero

18News, la creación de cortometrajes y la adaptación de cuentos tradicionales a los formatos digitales. Además, en términos de proyección del medio, expresaron que les gustaría generar más contenidos juveniles que fueran más frecuentes y que estuvieran enfocados en temas de interés, sin desconocer los temas institucionales que se deben abordar.

Explicaban que se imaginaban el medio como un espacio de participación juvenil amplio, donde no solo las personas dentro del Taller pueden generar contenidos sino todo aquel que le interese y esté dispuesto a seguir los lineamientos de Página 18. También, que les gustaría generar contenidos multimediales que se adapten a diversas plataformas.

Por otro lado, la entrevista a la Profesional Universitaria estuvo enfocada en dos preguntas principales de las cuales se derivó el resto, en la medida en que la profesional es la que determina finalmente, teniendo en cuenta las directrices institucionales y de Secretaría de Educación de Medellín, lo que se puede realizar dentro del Taller de medios. La primera pregunta tuvo como intención estar al tanto de los límites y alcances posibles de Página 18 como medio de comunicación escolar, y la segunda, buscó conocer sobre la proyección institucional que se tenía del medio. Con esta información se determinaron los lineamientos y canales finales que se utilizarían desde Página 18.

El Taller de medios al pertenecer a la Institución Educativa Colegio Loyola para la Ciencia y la Innovación tiene una serie de limitaciones a la hora de generar contenido; estas se resumen en las siguientes indicaciones:

- No se pueden abordar temas de orden público desde el medio.

- No se permite que personas externas a la institución estén como participantes del Taller de medios.
- Ningún contenido puede atentar contra el buen nombre y reconocimiento de la institución.
- No se pueden hacer denuncias desde el medio escolar.
- No se pueden abordar temas de sexualidad dentro del medio.

Bajo este panorama, se decidió que las temáticas centrales que se abordarán desde Página 18 son las siguientes: Educación, Cultura, Actualidad, Ciencia y Tecnología. A partir de allí, se generarán los contenidos de todos los canales del Taller de medios.

Además, desde la institución se perfila a Página 18 como un proyecto que puede ser replicado en distintas instituciones públicas de la ciudad por su importancia pedagógica, en el sentido en que los estudiantes pueden conocer y acercarse a las herramientas de la comunicación y a las tecnologías de la información.

Observación participante

La observación participante se realizó en tres etapas. La primera correspondió al inicio de la práctica, es decir, desde el 18 de enero al 28 de febrero. Lo que se quería en esta primera etapa era hacer un diagnóstico sobre el estado de las redes sociales, mirar la acogida de los contenidos existentes de Página 18 y categorizar los procesos pedagógicos que se estaban llevando a cabo dentro del taller durante los semestres pasados. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Tabla 7. Resultados de la primera etapa de la observación participante

Procesos observados	Resultados
<p>Estado de las redes sociales</p>	<p>Página 18 – Taller de medios escolares, está presente en las siguientes redes sociales: Instagram, Facebook y YouTube. Adicionalmente, cuenta con Página web.</p> <p>Instagram contaba 235 seguidores al 28 febrero, 257 impresiones en promedio por publicación y un promedio de 77 visitas al perfil semanales. En esta red social se realizan mínimo 2 publicaciones por semana, asociadas a la Institución y a los contenidos propios de Página 18.</p> <p>En Facebook se contaba con 144 seguidores al 28 de febrero, un aproximado de 31 visitas a la semana y un alcance de 161 personas. En esta plataforma se comparten los enlaces de YouTube de Página 18 para promocionar el contenido generado; también, se comparte información de interés para nuestro público objetivo de otras páginas de Facebook y se publican videos cortos propios del medio.</p> <p>En YouTube se tenían 172 suscriptores al 28 de febrero. 1412 visualizaciones, 11800 impresiones y 662 espectadores únicos. En esta plataforma se publica el noticiero de Página 18 cada mes, los videos de los talleres de lectura en voz alta y lectura dramática, los cortometrajes y en general, todo el contenido audiovisual creado por el taller de medios escolares.</p> <p>La página web, tiene un diseño poco llamativo y una jerarquización de la información confusa para el público, pues las sub entradas no corresponden con las entradas y, además, la página no está optimizada, ni se cuenta con un dominio propio.</p>
<p>Acogida de los contenidos de Página 18</p>	<p>Los contenidos que mejor acogida tenían eran los audiovisuales y escritos, tales como: cortometrajes, noticiero digital, columnas de opinión y crónicas cortas.</p>

	Los que menos acogida tenían eran las infografías, noticias escritas y podcast.
Procesos pedagógicos del taller	<p>Página 18 – Taller de medios escolares, ha pasado por cinco etapas: en la primera, bajo un proceso participativo, se creó el medio virtual Página 18 y a su vez, el logo, slogan, metodología y entradas en la página web. En la segunda etapa, comenzaron a desarrollarse historias sobre temáticas de interés para los jóvenes como lo era la adaptación de los cuentos tradicionales que fueron subidos a la web. En la tercera etapa, se desarrollaron cortometrajes y se abrieron las puertas al programa Prensa Escuela de El Colombiano. En la cuarta etapa, se desarrollaron dos cortometrajes, se cambió el diseño de la página web y se comenzó con el proceso de 18News, el noticiero digital de la institución de publicación mensual, el cual, hasta la fecha de la observación, ha contado con 10 episodios desde el mes de abril de 2020 que se emitió el primer episodio. Por último, en la quinta etapa y de forma virtual, se comenzó con el desarrollo de una serie web, se hizo un acercamiento a los podcasts y a las reseñas cinematográficas.</p> <p>En ninguna de las etapas del Taller de medios, se continuó con alguno de los procesos de las etapas anteriores, exceptuando por el proceso de desarrollo del noticiero digital.</p>

La segunda correspondió al intermedio de la práctica, es decir, desde el 18 de marzo al 18 de abril. Lo que se quería en esta segunda etapa era monitorear los nuevos contenidos y conocer la opinión de los integrantes del Taller con respecto a los nuevos procesos pedagógicos que se estaban llevando a cabo dentro de Página 18. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Tabla 8. Resultados de la segunda etapa de la observación participante

Procesos observados	Resultados
<p>Nuevos contenidos</p>	<p>Para la fecha se publicaron: tres noticieros, cuatro podcasts, una infografía y dos columnas de opinión. Estas, en comparación con contenidos pasados, tuvieron más interacción (aumentó en 177%). Además, en Instagram, aumentaron los seguidores a 268.</p>
<p>Opinión de los procesos llevados a cabo hasta la fecha</p>	<p>Con respecto al noticiero 18News, los participantes del Taller estaban muy contentos por la nueva organización que se le había dado al mismo. Cada vez estaban más motivados a participar como presentadores y reporteros.</p> <p>La creación de podcasts, por tratarse de un proceso que vinculó una experiencia real en cabina, fue muy bien recibido por los jóvenes. Querían seguir con la generación de podcasts y la enseñanza en radio.</p> <p>Finalmente, las columnas de opinión fueron un proceso de mucho crecimiento para los jóvenes, pues pudieron materializar las discusiones en torno a la comunicación que se generan dentro del Taller de medios. Los integrantes definieron que sería un proceso de cada mes, es decir, un día en el mes se trabajaría opinión.</p>

La tercera etapa correspondió a la finalización de la práctica. Se quería definir las tendencias de Página 18 y orientar los resultados observados durante todo el semestre para la construcción final del manual de estilo ([ver Apéndice C](#)). Cabe resaltar que en este manual se plantean algunas consideraciones y aspectos a tener en cuenta a la hora de desarrollar contenido para el Taller de medios escolares. A continuación, se muestran

los resultados de la tercera etapa con respecto a las tendencias de Página 18 – Taller de medios escolares:

Tabla 9. Resultados de la tercera etapa de la observación participante

Procesos observados	Resultados
Tendencias del Taller de medios	Tendencia a los contenidos audiovisuales y escritos, específicamente a la creación de cortometrajes, crónicas audiovisuales, video columnas de opinión, columnas de opinión, crónicas cortas y análisis coyunturales.

Conclusiones

Página 18 – Taller de medios escolares, según la proyección que se tiene desde la Institución, la Secretaría de Educación y los jóvenes participantes, debe enfocar su labor periodística desde los géneros interpretativos como: las columnas de opinión, los memes y las caricaturas, para converger los horizontes que se plantean los distintos actores. Esto permitirá que los jóvenes sigan realizando contenidos desde su visión de periodismo juvenil, a la par que respetan los límites y lineamientos que instauraron la Institución y la Secretaría.

Es evidente que Página 18 – Taller de medios escolares, tiende a la generación de contenidos audiovisuales cortos, tales como: filminutos, series para la web y cortometrajes. También a la generación de contenidos escritos como crónicas, noticias, columnas de opinión y reseñas. En términos sonoros, si bien el proceso de acercamiento a la radio fue bien recibido dentro del Taller, los participantes no consideran los productos radiales como viables para la construcción de su ideal de Página 18. Lo mismo ocurre con la parte gráfica y visual, como las infografías, las fotografías o las historietas.

En términos pedagógicos, la tendencia en el Taller de medios es a seguir trabajando por procesos, es decir, se comienza a trabajar una temática específica de la comunicación, esta se aborda a profundidad; luego, se realizan micro prácticas para consolidar el conocimiento adquirido y, finalmente, se hace un contenido como producto comunicativo de eso que se aprendió.

Por otro lado, Página 18 debe continuar consolidando la identidad visual y de estilo del medio para optimizar sus canales de comunicación, ser reconocidos por su objetivo público y tener una estructura clara a la hora de generar contenidos de manera que

cualquier persona que se inscriba al Taller pueda mantener el estilo del medio y, a su vez, ser más ágil en el proceso de creación de contenidos por la categorización que se realizó de estos y de los formatos posibles que se trabajan en Página 18. Aun así, es importante que sigan estudiando constantemente la acogida de los contenidos y la utilización de los formatos para estar a la vanguardia en contenidos digitales que busquen satisfacer las necesidades y brindar información de interés para los públicos. Esto, en últimas, genera que se actualicen de manera constante como medio de comunicación escolar.

También es importante seguir definiendo el público objetivo y aprender de sus necesidades, pues esto puede ser muy positivo para Página 18, porque le permitirá crecer como medio escolar e incluso, hará más sencillos los procesos de aprendizaje pues se pueden apoyar en estas necesidades para abordar los espacios del Taller. Así podrán ampliar su visión y ofrecer contenido de valor para toda la audiencia.

Por otro lado, en términos metodológicos, se concluye que los grupos focales son estrategias valiosas que deben ser replicadas semestre a semestre para conocer la visión del medio que tienen los participantes del Taller y la Profesional Universitaria. Esto con el fin de seguir mejorando tanto los procesos internos como los procesos externos en Página 18. Así mismo, las entrevistas semi estructuradas a participantes antiguos como a participantes nuevos, puede brindar ideas en términos de temáticas, formatos o actividades para los proyectos periodísticos a futuro que se pueden abordar desde el Taller de medios.

Para terminar, categorizar el contenido de Página 18 en redes sociales permitió conocer cuáles formatos era posible abordar desde el medio y bajo qué condiciones

técnicas y de estilo podían presentarse para lograr una mejor acogida, entre estos formatos encontramos, en la parte escrita: la noticia, la crónica, el perfil, columnas de opinión y la entrevista. En la parte audiovisual: filminutos, cortometrajes y series web. En lo sonoro: los podcasts. En la visual: las infografías. En lo digital, los posts para redes y los reels ([Ver Apéndice C](#)). En este proceso, es importante entender que, si bien la creación del manual de estilo soluciona el problema de identidad de Página 18, es necesario continuar innovando para tener una comunicación más estratégica.

Referencias

- Ana A. (2015) Seminario educomunicación: Plan de trabajo y programa analítico 2015-2016-2017-2018-2019
- Aparici, R. (2010). Introducción: la educomunicación más allá del 2.0. *Educomunicación: más allá del 2.0*, (9-23).
- Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175.
- Deslauriers, R. E.-P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen* 61, 01-19.
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Duarte, C. (2001). ¿Juventud o juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente. *Última Década*, 8, 13: 59-77.
- Escobar, S, & Pezo, H. (2019). Beyond the concept: experiences and reflections on youth student participation. *Última década*, 27(52), 65-79.
- García, M. M., & Rodríguez, I. M. (2000). El grupo focal como técnica de investigación cualitativa en salud: diseño y puesta en práctica. *Aten Primaria*, 25, 181-186.
- Gómez, A. (2008). Los libros y manuales de estilo. *Enciclopedia del español en los Estados Unidos: anuario del Instituto Cervantes 2008* (pp. 505-511). Santillana.
- Sampieri, R. H., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación - Quinta edición*. México D.F: The McGraw-Hill Companies.
- Kaplún, M. (1997). De medios y fines en comunicación. *Revista Chasqui*, (58).

- Quijano, F. (1993). El nuevo periodismo educativo juvenil (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente).
- Ramírez, F. (2019). La participación de los jóvenes en el entorno comunitario. *Civilizar: ciencias sociales y humanas*, 95-101.
- Sainz, A. (13 de enero de 2020). *We are content*. Obtenido de We are content: <https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/que-es-un-manual-de-estilo>
- Taylor, S. J., Bodgan, R. (3.). (2000). Introducción a los Métodos Cualitativos. *Psicología Básica*.
- Vieytes, R. (2009). Los métodos y campos de acción de la Investigación cualitativa. *Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales*, 52-61.
- Yriart, M. (1998). ¿Para qué sirve un manual de estilo? Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(62).

Apéndice

Apéndice A. Manual de identidad visual de Página 18 – Taller de medios escolares

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

Manual de Identidad Visual / *Presentación*

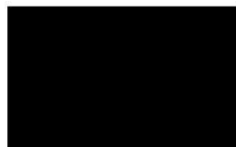
PRESENTACIÓN

Este Manual de identidad es un registro de las especificaciones y parámetros claves sobre el diseño de identidad visual de la marca Página 18 – Taller de medios escolares. Aclara los usos que se le podrán dar a este sistema gráfico, al interior y exterior del taller. Además, establece normas y condiciones sobre las herramientas de identidad que usará la marca para ser diferenciada y da guías para estructurar los elementos de la marca.

Se solicita seguir al pie de la letra las normas, restricciones y anotaciones mencionadas para la correcta elaboración de piezas y publicaciones.

Manual de Identidad Visual / *Colores*

COMPOSICIÓN CROMÁTICA



Color secundario

Negro
#000000

Color primario

#006339

C: 90,54	R: 0
M: 34,05	G: 99
Y: 88,96	B: 57
K: 28,35	

COMPLEMENTARIOS



#79C2A6



#007C44



#0F402E

Manual de Identidad Visual / *Isologo*

ÍCONO

COMPLETO

Manual de Identidad Visual / *Versiones*

ÍCONO

La versión ícono del isologo, es utilizada única y exclusivamente para los siguientes casos: fotos de perfil, post para redes sociales, diapositivas, material impreso y fotografías del medio. Para videos, página web, correos electrónicos y hojas membrete debe usarse el isologo en su versión completa.

Full color



única tinta




Manual de Identidad Visual / *Versiones*

COMPLETO

Full color



única tinta




TIPOGRAFÍA

La tipografía de identidad de Página 18 - Taller de medios es Dk Carambola, la cual, es usada como tipografía principal. Como tipografía complementaria se usará Poppins por su legibilidad tanto en impreso como en medio digital para poder realizar contenidos como destacados o texto de corrido.

Dk Carambola - Principal

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
123456789

Poppins - Complementaria

ABCDEFGHIJKLMNÑ	abcdefghijklmnñ
OPQRSTUVWXYZ	opqrstuvwxyz
123456789	123456789

ZONA DE SEGURIDAD

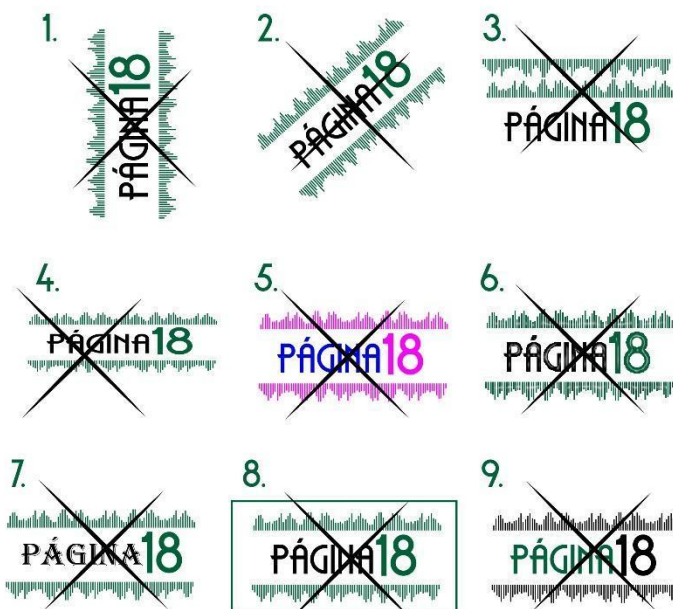
El área de seguridad mínima destinada en la marca se estableció como el alto de un círculo dentro de la identidad. Ningún tipo de elemento debe estar dentro de este espacio, con el fin de proteger la estructura



USOS INCORRECTOS

El identificador siempre debe ser reproducido siguiendo los parámetros estipulados en este manual. Su correcta aplicación es esencial para la efectividad del sistema. A continuación se presentan algunos casos de usos indebidos:

1. Rotar de manera vertical
2. Inclinaciones
3. Alterar estructura
4. Alterar proporciones
5. Alterar colores
6. Aplicar efectos
7. Alterar fuentes tipográficas
8. Contenedor en línea
9. Usar en colores invertidos



Apéndice B. Entrevistas realizadas

Entrevista a Isaac Mercado Tangarife – Integrante del Taller de medios

1. ¿Cuáles son los procesos que más destacas en el tiempo en que has participado del Taller de medios?

Me han gustado los procesos de aprendizaje teórico, pero en los encuentros presenciales y en las prácticas es donde he llegado a sentir más afinidad con los temas y con el taller en sí. Particularmente, estar detrás de cámaras en el noticiero y ser uno de los responsables de la grabación es de las mejores experiencias que he tenido.

2. ¿Cómo consideras que deberían desarrollarse los procesos en el Taller de medios?

Considero que deben ser un complemento de espacios entre lo teórico, práctico y experiencias de socialización donde se pueda recurrir al método de aula invertida, de esta manera cobra más sentido la esencia autónoma y se enriquece el taller.

3. ¿Qué tipo de contenidos crees que tienen mejor acogida por parte de la audiencia de Página 18?

Considero que la audiencia conecta mucho con la parte de producción audiovisual del taller, específicamente los cortometrajes; aunque recientemente el noticiero es una manera muy directa y bien recibida para llegar a los estudiantes.

4. ¿Qué crees que busca nuestro público objetivo en nuestros contenidos?

Creo que la audiencia busca dos cosas principalmente. Por un lado, información, pues al ser un medio joven es mucho más entretenida y digerible la información acerca

del colegio. Y, por otro lado, explorar contenido cultural contemporáneo, por ejemplo, mediante los podcasts, crónicas y el propio noticiero.

5. ¿Cómo te gustaría que fuera el medio en un futuro?

Me gustaría que fuera un espacio del que los estudiantes se apropien completamente. Que tenga la capacidad de producir contenido audiovisual, radial y especialmente escrito. Y, por supuesto, que sea mejor recibido por la comunidad loyolista e incluso local.

6. ¿Cómo quieres que sea reconocida Página 18 – Taller de medios escolares?

Como un medio de comunicación joven, creativo, expresivo y valioso para una sociedad que se fundamenta en precisamente en seres sociales.

Entrevista a Samuel Duarte Burgos – Integrante del Taller de medios

1. ¿Cuáles son los procesos que más destacas en el tiempo en que has participado del Taller de medios?

Me han gustado mucho los procesos que tienen duración en el tiempo. A lo que me refiero es si hacemos un cortometraje y yo lo veo 3 años después de su publicación, este aún tenga vigencia o lo otro es que, si se empieza un proceso en una de las etapas del taller, este se pueda continuar en la siguiente etapa.

2. ¿Cómo consideras que deberían desarrollarse los procesos en el Taller de medios?

Considero que deben ser muy prácticos, es decir, se puede ver y debería verse la teoría, pero también tenemos que materializar eso que aprendemos. También, incluir

más procesos de socialización, eso nos ha servido mucho para retroalimentar lo que hacemos.

3. ¿Qué tipo de contenidos crees que tienen mejor acogida por parte de la audiencia de Página 18?

Considero que la audiencia conecta mucho con la parte audiovisual pero que sea corta, específicamente los cortometrajes; también los contenidos que ponen una posición política, a nosotros nos encanta eso de cualquier empresa o medio de comunicación.

4. ¿Qué crees que busca nuestro público objetivo en nuestros contenidos?

Creo que busca tres cosas específicamente. Primero entretenerse a la vez que se informan, es decir, que se presente la información de una forma tan innovadora que se entretengan. Segundo que seamos claros con lo que decimos. Y, tercero, encontrar contenido con el cual se sientan identificados.

5. ¿Cómo te gustaría que fuera el medio en un futuro?

Me gustaría que fuera un espacio más nuestro, pues, de los estudiantes. Que podamos desarrollar sin restricciones contenidos audiovisuales y escritos que verdaderamente impacten a los jóvenes, pues son nuestro público objetivo.

6. ¿Cómo quieres que sea reconocida Página 18 – Taller de medios escolares?

Como un medio de comunicación joven, crítico, innovador que innove en contenidos y formatos.

Entrevista a Rosalba Quintero Giraldo – Profesional universitaria de la Alcaldía de Medellín

1. ¿Cuáles son los límites y el alcance que puede tener Página 18?

Es importante decir que desde la Alcaldía y el colegio se dictan una serie de limitaciones al contenido del Taller de medios, entre esas están:

- No se pueden abordar temas de orden público desde el medio.
- No se permite que personas externas a la institución estén como participantes del Taller de medios.
- Ningún contenido puede atentar contra el buen nombre y reconocimiento de la institución.
- No se pueden hacer denuncias desde el medio escolar.
- No se pueden abordar temas de sexualidad dentro del medio.

Y obviamente, eso restringe mucho el alcance que puede tener el medio, pero así son las cosas, aún somos un medio dependiente. Por esto, yo pienso que los temas que se pueden abordar son: Educación, Cultura, Actualidad, Ciencia y Tecnología.

2. ¿Cuál es la proyección que desde la institución y la Alcaldía se tiene de Página 18?

Desde la institución y sobre todo desde la Subsecretaría, se perfila a Página 18 como un proyecto que puede ser replicado en distintas instituciones públicas de la ciudad por su importancia pedagógica, en el sentido en que los estudiantes pueden conocer y acercarse a las herramientas de la comunicación y a las tecnologías de la información.

Apéndice C. Manual de estilo para la correcta gestión y desarrollo de Página 18 –
Taller de medios escolares.



TABLA DE CONTENIDO

03
Presentación

04
Manifiesto del medio

05-06
Público objetivo

07-10
Uso del lenguaje

11-13
Tono y estilo

14-22
Formatos

23
Agradecimientos

Manual de estilo - Página 18

Institución Educativa Colegio
Loyola para la Ciencia y la
Innovación

Creadora y maquetadora
Camila Toro Arango



RECORRIENDO NUESTRO MUNDO

En la laboriosa tarea de crear un taller de medios y un medio de comunicación está la constante intención de trazar los objetivos, finalidad e identidad que guiarán los procesos de este; no obstante, con el pasar del tiempo y la renovación de los integrantes, el taller suele perder la lucidez respecto a aquellas ideas que en un momento fueron el fundamento de su labor comunicativa, las metas se pueden re direccionar y la esencia del medio se pierde en la ausencia de un propósito bien definido.

En respuesta a esta necesidad que posee Página 18, taller de medios de la I.E. Colegio Loyola, el presente manual de estilo busca reforzar la identidad del medio delimitando los parámetros recomendados para la elaboración de su contenido. Por ello, se parte del planteamiento del público al que se

dirige, caracterizando sus necesidades e intereses, de esta manera, es posible precisar el tono y estilo adecuado para dicho público. Además, teniendo en cuenta tanto lo anterior como la necesidad de formar a los estudiantes en su capacidad comunicativa desde su autonomía, el manual propone las herramientas necesarias para desarrollar un óptimo y correcto uso del lenguaje.

Finalmente y contemplando la producción audiovisual, radial y escrita que ejecuta el taller, se proponen los formatos idóneos para cada ocasión, reconociendo la mejor manera de abordar los diferentes temas dentro de los ejes que anteriormente se establecieron: educación, cultura, actualidad, ciencia y tecnología. ■

MANIFIESTO DEL MEDIO

Creemos en el poder de la palabra, las anécdotas y las enseñanzas.

Creemos en un mundo diferente, en el que todos tenemos magia y tenemos algo para decir.

Creemos en las diferentes visiones de la realidad, y que al compartirlas, lograrán expandir nuestras ideas y convicciones.

Creemos que hay miles de historias maravillosas esperando a ser contadas.

Creemos que las historias deben ser contadas de manera respetuosa, novedosa, responsable y veraz.

En esto creemos, y a partir de esto narramos nuestro mundo, y si no cumplimos, ustedes serán nuestros verdugos.■

1. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo o target de Página 18 - Taller de medios escolares, se clasifica según los siguientes factores: perfil demográfico, perfil geográfico y perfil psicográfico.

Perfil demográfico

El perfil demográfico hace referencia a la ocupación, estado civil, raza, educación, ingresos, hijos y clase social del público objetivo.

En Página 18 el público, en su condición demográfica, son hombres, mujeres y otros géneros, solteros o en unión libre, cuyas edades están en el rango de los 12 a los 20 años. Son de todo tipo de razas: negros, mulatos, mestizos y blancos. Su educación se centra en educación secundaria, tecnológica y superior. Pertenecen a los estratos 2, 3 y 4 y sus ingresos no superan los dos Salarios Mínimos Legales Vigentes (SMMLV)

Perfil geográfico

El perfil geográfico hace referencia al tipo de barrio o localidad y región geográfica del público objetivo

En Página 18 el público, en su factor geográfico, está ubicado en Antioquia, Colombia, más específicamente en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, excluyendo los municipios de Barbosa, Girardota, Copacabana y Caldas. Centrándose en Medellín, Bello, Envigado, Itagüí, Sabanetza y La Estrella.

Perfil psicográfico

El perfil psicográfico se entiende como los datos con respecto a los estilos de vida; análisis del comportamiento del público actual, dónde es consumido nuestro contenido y cómo; frecuencia de uso, actitudes con respecto al contenido ¿Qué problema le soluciona el contenido al consumidor? ¿Es éste consciente de estos beneficios? ¿Qué piensa ahora y qué queremos que piense?

El público de Pagina 18 son, en su mayoría, estudiantes; por lo cual, su estilo de vida es activo, suelen tener actividades extracurriculares o practicar algún deporte o hobby de manera regular.

Manual de estilo

Este tipo de público es el que más presencia tiene en redes sociales y a la hora de repostear, comentar e interactuar en estas, lo hacen con contenido que refleje su cotidianidad, gustos, ideas y que además, sea novedoso y se presente en múltiples formatos.

La frecuencia de consumo de contenido podría estimarse entre 10 a 12 horas al día; por lo cual, la cantidad de contenidos que pueden consumir en un solo día es muy alta.

Las redes sociales que más usan son: Instagram, Facebook, YouTube y Tik Tok, siendo esta última la que más tiempo en pantalla e interacciones logra generar, según las métricas de Google. Dependiendo de la red que usen esperan recibir un contenido u otro. Facebook es más usada para compartir y visualizar memes y videos. También se usa para crear eventos y grupos. Instagram es usada para mirar fotografías, contenido de valor, momentos en tiempo real que viven las personas y para Reels.

Ahora bien, el contenido de Página 18 es mayoritariamente consumido a través de Instagram y desde esa aplicación, se conecta el contenido a la página web y a YouTube. Por las actividades que realiza nuestro público, el horario en que más consumen nuestro contenido es entre las 4:00 y las 8:00 p.m.

El contenido que generamos está enfocado en educación, actualidad, cultura y ciencia y tecnología, pues al tratarse de un medio escolar se restringe las temáticas que se pueden abordar en el medio. Este contenido es bien recibido por el público pues se trata de entornos cercanos a los estudiantes, además, el contenido de opinión también es bien recibido.

Lineamientos de contenido

Los contenidos de página 18 están enfocados en cuatro líneas temáticas. La primera es la línea educativa, es decir, los contenidos pueden centrarse en la enseñanza, en explicar y dar datos educativos que generen un aprendizaje valioso en nuestro público. En esta línea se incluyen contenidos educativos tales como: formas de comunicarse, cómo realizar algún procedimiento específico en la comunicación, el contenido propio de la institución educativa, entre otros que cumplan el fin que en este manual se enuncia.

La segunda línea temática es la cultura. Allí se incluyen todos aquellos contenidos que pretenden hablar o discutir sobre abordajes culturales tales como: la música, el arte, las tribus urbanas, la identidad cultural, el baile y los procesos culturales.

La tercera línea hace referencia a los contenidos enfocados en la ciencia y la tecnología. Esta línea está inspirada en el abordaje sobre la ciencia y la innovación que tiene el colegio como proyecto educativo de ciudad. En esta se pueden abordar avances científicos y tecnológicos, discusiones científicas, difusión de los proyectos desarrollados por los estudiantes, entre otros.

Finalmente, la línea temática número cuatro es la actualidad. Dentro de esta caben todos los contenidos noticiosos de información de actualidad que no pretende mostrar solo los sucesos ocurridos dentro de la institución, sino también, los que ocurren por fuera de la misma. ■

2. USO DEL LENGUAJE

Mayúsculas

El uso de las mayúsculas está determinado por factores de tipo práctico, ortotipográfico, social, ornamental y de tratamientos preferenciales, cuando no caprichosos de quien escribe. Las mayúsculas siempre deben supeditarse a las reglas ortográficas y de acentuación (llevan tilde y diéresis cuando corresponda).

A continuación se exponen algunas normas que regulan el uso de las mayúsculas y se sugiere el tratamiento preferencial que se adoptará en Página 18 – Taller de medios escolares.

Se escribirán con mayúscula inicial:

- La primera palabra de un escrito.
- La palabra que sigue a un punto y seguido o a un punto y aparte.
- La palabra que va después de un signo de cierre de interrogación (?) o de exclamación (!)
- Los nombres y apellidos de personas y los nombres de animales o de una cosa singularizada, así como los sobrenombres o seudónimos que los sustituyen o acompañan.
- Los nombres de lugares geográficos. En el caso de las ciudades y poblaciones cuyos nombres incluyen artículo, lo usual es escribir estos últimos también con mayúscula inicial.
- Los nombres de los planetas, constelaciones, estrellas, astros y signos del zodiaco.
- Las marcas comerciales y razones sociales.
- Los nombres de los periodos históricos, épocas, acontecimientos.
- La primera palabra de los títulos de libros, películas, piezas de teatro, artículos, pinturas, etc.; también se escribirán con mayúscula inicial los sustantivos propios que formen parte de estos títulos. En el caso de referencia a nombres de publicaciones periódicas, enciclopedias y colecciones, se escribirán con mayúscula todos los sustantivos y adjetivos que formen parte de ellos.

Manual de estilo

- Los sustantivos y adjetivos que formen parte del nombre de entidades, instituciones o establecimientos.
- La palabra Estado cuando se nombre con ella al conjunto de los órganos de gobierno de un país soberano.
- Los nombres oficiales de agrupaciones políticas, organismos, partidos, asociaciones, etc.

Errores en el uso de las mayúsculas

Entre los principales errores en el uso de las mayúsculas se encuentran los siguientes:

- No tildar las letras mayúsculas
- Escribir en mayúscula los nombres genéricos (plaza, avenida, calle, etc.)
- Escribir en mayúscula los tratamientos, títulos nobiliarios y dignidades, profesiones, gentilicios y nombres de pueblos y etnias.
- Escribir en mayúscula los nombres de días y meses.

Acentos

Las palabras por su acento se dividen en agudas, graves, esdrújulas y sobreesdrújulas.

Agudas : son las palabras polisílabas cuya última sílaba es tónica. Ejemplos: reloj, balón, cantáis, catedral, París.

Las palabras agudas se tildan en la sílaba tónica si terminan en vocal, -n, -s. Ejemplos: consomé, está.

Sin embargo, cuando la palabra aguda termina en -s precedida por otra consonante no lleva tilde. Ejemplos: robots, tictacs. Las palabras agudas terminadas en -y no llevan tilde. Ejemplos: virrey, paipay, convoy.

Graves: son aquellas cuya penúltima sílaba es tónica. Ejemplos: césped, inútil. Las palabras graves llevan acento gráfico en la sílaba tónica cuando terminan en cualquier consonante que no sea - n o - s. Ejemplos: ágil, árbol. No obstante, cuando la palabra grave termina en -s precedida de consonante, sí lleva tilde. Ejemplos: bíceps, fórceps, cómics.

Esdrújulas: son aquellas cuya antepenúltima sílaba es tónica. Siempre llevan tilde en la sílaba tónica. Ejemplos: esdrújula, máquina, helicóptero.

Sobreesdrújulas: son aquellas en las que es tónica alguna de las sílabas anteriores a la antepenúltima. Siempre llevan tilde en la sílaba tónica. Ejemplos: entrégueselo, dígamelo, llévesemela

Adjetivos

Un adjetivo, cuando se requiere, es bienvenido. Se puede utilizar para precisar la información. Sin embargo, el uso inmoderado va en detrimento de la información. Primero: se cae en la opinión. Segundo: se pierde credibilidad con el lector al calificarle la información. Él ve que no se le deja juzgar en función de la información sino que se le dirige el contenido.

Por ello, se debe evitar la adjetivación y recordar que en la difusión de la información lo mejor es ser preciso, concreto, sencillo, claro y distante.

Adjetivar es tomar partido y esa posibilidad queda limitada a espacios de opinión (columnas, video columnas, críticas de cine y series, críticas de arte, libros, etc.), a las cuales nuestro público entra debidamente prevenido.

Signos ortográficos

El punto (.)

El punto da una pausa a la lectura, para delimitar unidades que expresan de manera completa una idea o pensamiento dentro de un párrafo. Se distinguen tres tipos:

- Punto y seguido. Se usa para separar frases en un mismo párrafo.
- Punto y aparte. Separa párrafos en el desarrollo de un mismo tema.
- Punto final. Usado para marcar el final del texto.

En las construcciones textuales, los integrantes del taller de medios deben tomar en cuenta los siguientes usos correctos de este signo ortográfico:

- Para finalizar las oraciones.

Excepción: los títulos y subtítulos no llevarán punto final siempre y cuando constituyan el único elemento del renglón.

- Para cerrar abreviaturas:

Sr. -> Señor **Dra.** -> Doctora

- En seguida del uso abreviado de nombres o apellidos de personas
- Para cerrar la citación abreviada de zonas geográficas. Cuando la abreviatura esté compuesta por dos o más letras, estas se escribirán separadas por un espacio después del punto.

La coma (,)

Es el signo de puntuación que delimita unidades lingüísticas inferiores al enunciado; regularmente señala una pequeña pausa (RAE, 2010)

A continuación se ofrecen los principales usos de la coma que se deben tener en cuenta en las composiciones escritas:

Manual de estilo

- Separar los elementos gramaticalmente equivalentes de un mismo enunciado cuando no van unidas por conjunción:

Ejemplo: Estudia por la mañana, trabaja por la tarde, hace ejercicio en la noche.

- Incluir incisos o frases explicativas que interrumpen momentáneamente una oración.
- Separar, entre otros, los siguientes adverbios, locuciones adverbiales o enlaces: pues, por lo tanto, por consiguiente, así pues, pues bien, generalmente, posiblemente, efectivamente, quizás, ahora bien, antes bien, con todo, en primer lugar, esto es, es decir, o sea, en fin, por último, en efecto, efectivamente, por consiguiente, etc.
- Separar el lugar y la fecha en cartas y documentos.
- Separar los componentes de las oraciones condicionales.

Punto y coma (;)

Se explican a continuación los usos correctos de este signo:

- Para separar enumeraciones complejas que incluyen comas.
- Para separar frases u oraciones yuxtapuestas en las cuales se han incorporado comas; es decir que son independientes sintácticamente pero guardan estrecho vínculo semántico:

Ejemplo: Los marchantes, acabada la protesta, iniciaron la retirada; más que entusiasmados, mostraban fatiga; por ello, la gente hablaba de la manifestación con desencanto.

Los dos puntos (:)

Se recomienda el uso de los dos puntos para los siguientes casos:

- Indicar una enumeración de hechos ligados con el tema de la oración.
- Iniciar una enumeración y también para cerrarla.
- Separar los ejemplos del resto de la oración.
- En títulos, para separar el concepto general del aspecto parcial que se abordará. ■

3. TONO Y ESTILO

Identidad verbal

¿Cuál es nuestra personalidad?

Plataforma estratégica

Misión

Página 18 - Taller de medios escolares, es un espacio de formación estudiantil; dedicado a crear contenidos interactivos, informativos y de entretenimiento abiertos a la conversación y la deliberación, aprovechando los diferentes medios y formatos comunicacionales que atraerán a la comunidad educativa y los invitarán a participar de manera responsable.

Visión

Página 18 - Taller de medios escolares será el medio de comunicación e interacción principal de la I.E. Colegio Loyola para la Ciencia y la Innovación; será el espacio donde cada miembro de la comunidad educativa se vea narrado a través de historias.

Valores

- * Creatividad
- * Pasión
- * Autonomía
- * Veracidad
- * Respeto
- * Responsabilidad
- * Cooperación

Tono de voz

El tono de voz hace referencia a CÓMO decimos lo que queremos decir. Es la forma que tiene Página 18 de expresarse e interactuar con su entorno y sus grupos de interés.

Nuestros rasgos de personalidad y los valores propios de Página 18 tienen un impacto directo sobre el tono de voz.

Creativa

Página 18 habla con creatividad. Innova y prueba nuevos formatos para sorprender a su público. Combina diferentes técnicas comunicacionales para darle creatividad a sus ecosistemas digitales. A nivel interno, utiliza diversas estrategias pedagógicas y herramientas digitales para facilitar el aprendizaje.

Ejemplo:

Copy: ¿Te gustó este podcast? Puedes escucharlo completo en Spotify, Google Podcast y nuestra página web. ¿Lo mejor? No solo nos escuchas, también nos ves.

Apasionada

Página 18 habla con pasión. Investiga los temas que le interesan a profundidad y tiene como objetivo que todos los contenidos y enseñanzas que se crean en el taller hablen desde la pasión y el gusto por la comunicación.

Ejemplo:

Una investigación periodística sobre los efectos de las protestas en las actitudes de los jóvenes frente a los medios de comunicación tradicionales. El resultado final puede ser una crónica.

Respetuosa

Página 18 habla de forma respetuosa y responsable. Verifica y rectifica la información que transmite, es cuidadosa con las fuentes de información, por lo que respeta su derecho a la reserva del sumario y es fiel con los datos que le brindan. Es consciente del valor del contenido que genera; por lo cual, es respetuosa de las opiniones diversas y por eso se fija muy bien en cómo responde a los mensajes de su público.

Ejemplo:

El 26 de marzo, en el marco de las primeras elecciones a Personería Escolar, se eligió como ganador el voto en blanco; lo que despertó sentimientos y opiniones en los estudiantes. Camila Mejía y Miguel Ángel Mesa, nos cuentan cuál es su análisis con respecto a esta elección.

Juvenil

Página 18 habla desde el lenguaje juvenil. Utiliza a su favor tendencias y modas digitales para empatizar, a través del lenguaje, con su público. Utiliza refranes, palabras en tendencia, memes y “dichos” que están de moda entre los jóvenes para ser más empáticos con ellos.

Ejemplo:

Tendencia: Nueva actualización de WhatsApp para acelerar la velocidad de las notas de voz.

Copy para un post que recomienda series:

Recomendaciones a 2X

Llegó la única nota de voz que sí necesitabas este viernes: recomendaciones recién estrenadas, rapiditas y 100% imperdibles.

Inclusiva

Página 18 es inclusiva. Integra en su discurso la diversidad de género y sexual. No es excluyente, ni repite patrones patriarcales y sexistas dentro de sus publicaciones. Utiliza los sustantivos abstractos o implementa la “x” para incluir en sus escritos a todas las diversidades de género.

Ejemplo:

Copy: Estamos del lado de la HUMANIDAD y mucho más de aquellxs que han sido excluidxs, anuladxs, silenciadxs por no ser lo que la sociedad espera. ■

4. FORMATOS

El taller:

La manera en que está planeado cada encuentro responde a la metodología de taller, en la que se enseña y se aprende a partir de la realización de actividades concretas. Más que transmitirse, el conocimiento se vive, porque se aprende haciendo.

A través del método taller se logra un aprendizaje más significativo a partir de la participación y el aporte de los todos los integrantes. Además, se validan conocimientos previos y las experiencias de vida, lo que ayuda al proceso de reconocimiento propio de los participantes.

El taller está dividido en dos grupos: el semillero y el taller de medios avanzado. En el primero se inscriben los jóvenes que ingresan por primera vez al taller y los estudiantes del grado sexto y séptimo; con estos, el proceso de aprendizaje se da desde los componentes básicos de la comunicación. En el segundo grupo se inscriben los jóvenes que llevan varios semestres e incluso años en el taller y que ya han tenido un acercamiento más profundo a las herramientas y técnicas de la comunicación; con estos, la metodología, temáticas y procesos de aprendizajes son más profundos y es mayor la generación de contenidos.

¿Cómo llegan los estudiantes a pertenecer al taller?

- *Convocatoria en los salones
- * Recomendación de algún amigo que pertenezca al medio
- * Mediante el cumplimiento de las horas de Servicio Social.

Día, hora de los encuentros:

Taller de medios avanzado: Martes y jueves (2:00 a 4:00 p.m.)

Taller de medios semillero: Miércoles (2:00 a 4:00 p.m.)

Lugar:

- * Virtual: Google Meet
- * Presencial: Biblioteca I.E Colegio Loyola

Canales de comunicación:

- * Grupo de WhatsApp para comunicaciones inmediatas

Escritos:

Noticia

Definición:

Se refiere a un suceso novedoso y que responde, de manera breve, a algunos interrogantes, principalmente el qué, es decir, cuenta de qué trata un hecho en específico y, de manera sucinta, menciona el quién (los protagonistas de los hechos), el cuándo y el dónde. (Prensa Escuela, 2019)

Tipos de canales: impreso (periódico), correo electrónico (boletín informativo), posts e historias para redes sociales y página web.

Especificaciones técnicas: toda noticia debe contener: titular, créditos, resumen, fotografía (calidad: superior a 280 ppp) y el texto que la desarrolla.

Especificaciones de estilo: la extensión de las noticias no deben sobrepasar una página tamaño carta; el titular debe procurar tener una longitud de 6-10 palabras; el resumen no más de tres renglones y los textos deben ir alineados a la derecha o izquierda según corresponda el diseño.

Tipo de lenguaje: formal pero de fácil comprensión. Evitar utilizar tecnicismos.

Crónica

Definición

La crónica es un producto periodístico de gran elaboración. Es una visión de primera mano y en profundidad en la que se incluyen muchos elementos descriptivos y de color, pero sobre todo es un ejercicio de escritura: párrafos cortos, ritmo e imágenes que le den fuerza a la reportería.

Tipos de canales: página web e impreso.

Especificaciones técnicas y de estilo: la crónica puede ser audiovisual, escrita o sonora. En el caso de la primera, en la narración, debe primar lo que cuenta la imagen, no lo que se cuenta literalmente; su duración oscila entre los 5 a los 15 minutos. Con respecto a la escrita, esta procurará por no pasar las 3 páginas escritas tamaño carta y estar acompañada de imágenes de apoyo (calidad: superior a 280 ppp) con sus respectivos pie de fotos. En el caso de ser sonora, debe estar ambientada con música y efectos para amenizar la historia. Toda la música usada debe estar registrada como "música libre" o sin copyright.

Tipo de lenguaje: coloquial e informal

Perfil

Definición:

Muestra las diferentes facetas de una persona. Su objetivo es recoger los rasgos más importantes de la personalidad de alguien con sus aristas: cualidades,

contradicciones, formas de pensar y sentir. (Prensa Escuela, 2019)

Tipos de canales: página web, correo electrónico, impreso, post para redes sociales.

Especificaciones técnicas y de estilo: el perfil puede ser audiovisual, escrito o sonoro. En el caso de la primera, en la narración, debe primar lo que cuenta la imagen, no lo que se cuenta literalmente; su duración oscila entre los 5 a los 20 minutos. Con respecto a la escrita, esta procurará por no pasar las 3 páginas escritas tamaño carta y estar acompañada de imágenes de apoyo del personaje del perfil (calidad: superior a 280 ppp) con sus respectivos pie de fotos. En el caso de ser sonora, debe estar ambientada con música y efectos para amenizar la historia, además de testimonios directos del personaje. Toda la música usada debe estar registrada como “música libre” o sin copyright.

Tipo de lenguaje: coloquial e informal

Entrevista

Definición:

Es un diálogo para conocer más de un tema o de un personaje -sin intermediarios-. Las entrevistas son de dos tipos: de personalidad y de profundización. En la primera nos interesa conocer los datos personales e historias sobre un personaje y en la segunda, se usa para conocer sobre un hecho más a fondo. (Prensa Escuela, 2019)

Tipos de canales: plataformas de video, IGTV, página web.

Especificaciones técnicas y de estilo: la entrevista puede ser escrita, sonora o audiovisual. En el primer caso, el formato debe responder a “pregunta-respuesta”, es decir, se escribe la pregunta y seguidamente la respuesta procurando sintetizar esta para armonizar la lectura. Si es sonora, en términos de estilo, se debe presentar al entrevistado para hacer la diferenciación en las voces y entender el diálogo. Se recomienda no utilizar música de fondo para este formato. Con respeto al audiovisual, intentar que sea un diálogo ameno que atrape al público, por lo cual, se sugiere, mirar al entrevistado intercalando la vista a la cámara principal.

Tipo de lenguaje: formal

Radiales – sonoros:

Podcast

Definición:

Un podcast es una adaptación de un programa radial de carácter digital y periódico, en formato de audio o vídeo y que se puede descargar de internet o escuchar online. Básicamente, se trata de una especie de programa de radio personalizable o a la

carta y descargable que puede montarse en una página web, en un blog o en todo tipo de plataformas para que esté a disposición de los usuarios y/o seguidores. (El Español, 2020)

Tipos de canales: IGTV, Anchor, página web

Especificaciones técnicas: su duración va a depender de la intención del podcast, es decir, si se pretende tener entrevistados o abordar grandes géneros puede oscilar entre los 25 y los 45 minutos; en cambio, si solo se pretende tener una conversación entre los locutores la duración máxima recomendada es de 20 minutos. Si se quieren dar cápsulas informativas o interpretativas sobre algún tema, la duración es de 5 minutos máximo y si se pretende tener secciones o abordar a profundidad en algún contenido, lo recomendado es una duración de 10 minutos. Ahora bien, el audio, en la medida de las posibilidades, debe grabarse aislando el ruido externo; también, se debe procurar por manejar muy bien la respiración para no distraer al oyente.

Especificaciones de estilo: se recomienda incluir dentro de los podcast: un cabezote de entrada, uno de salida, una cuña y un promo, con el fin de darle un estilo característico a los podcast producidos en Página 18.

Tipo de lenguaje: coloquial e informal

Audiovisuales:

Noticiero

Definición:

Se denomina noticiero a un programa televisivo o radial que se caracteriza por la presentación de noticias de actualidad. El noticiero digital - 18News, es de rotación mensual, es decir, sale al aire cada mes, específicamente a finales del mes o los primeros días del siguiente.

El noticiero cuenta con titulares iniciales y está dividido en cuatro secciones: "El cole", donde se presentan las noticias de la institución; "Más allá del cole", donde se informa sobre una noticia local, departamental o nacional, que tenga gran impacto en nuestro público objetivo; "Talento loyola" en donde se exalta el talento de algún estudiante de la institución y a su vez, se le realiza una entrevista corta. Finalmente, se tiene la cuarta sección denominada: "Entérate pues" donde, de manera resumida, se colocan todas aquellas noticias que son precisas y pueden ser informadas en poco tiempo.

Tipos de canales: página web, plataformas de video, correo electrónico, Facebook, WhatsApp.

Especificaciones técnicas: se recomienda que el noticiero sea grabado en espacios abiertos, con trípode y micrófono externo para evitar los ruidos externos y el movimiento exagerado en cámara. La tomas pueden jugar con el zoom para generar dinamismo y realizar tils y paneos para dar mejor ritmo al noticiero.

* El noticiero se edita en Adobe Premiere Pro y los audios del mismo en Adobe Audition.

Manual de estilo

* La duración promedio es entre 15 a 30 minutos, siendo este último el máximo de duración recomendado.

* Formato de exportación del video: H.264

* Aspecto estándar para videos: 16:9

* Formas de presentar las notas periodísticas:

- MIXER: Imágenes con voz en off

- NOTA CON ARCHIVO: Imágenes de archivo para la noticia

- NOTA PROPIA: Imágenes obtenidas propiamente del hecho

- SEMI-DIRECTO: Se graba y se emite como si fuera en vivo

Especificaciones de estilo: 18News, si bien es un noticiero institucional, tiene un estilo joven, dinámico y arriesgado; por lo cual, puede incluir música, memes, jugar con los guiones de los presentadores y así mismo, con el formato de grabación para darle ese toque.

Tipo de lenguaje: formal y utilizando frases coloquiales para llevar el hilo conductor de los presentadores.

Filminutos

Definición:

Un Filminuto es "un video que se crea con el fin de contar una historia en un minuto. En él el contenido por ser breve está enriquecido por las imágenes que abarcan y generan impacto al espectador". (Gómez, 2016)

Tipos de canales: página web, plataformas de video, post e historias de Instagram, Facebook, WhatsApp.

Especificaciones técnicas: puede ser grabado con celular o con cámara.

* Formato de exportación del video: H.264

* Aspecto estándar para videos: 16:9

Especificaciones de estilo: Se puede incluir un audio de fondo, ya sea una canción o simplemente una voz en off. Se recomienda abordar temáticas cotidianas para el desarrollo de la historia.

Tipo de lenguaje: formal

Cortometrajes

Definición:

El cortometraje, o también llamado coloquialmente corto, refiere a una película corta; por lo general su duración es de máximo 30 minutos aunque esto puede variar; los temas, a pesar que pueden ser similares a los largometrajes, no suelen tener un enfoque masivo sino de explorar, desde la creatividad del autor, diversas perspectivas no tan comerciales. (Pérez y Gardey, 2018)

Tipos de canales: página web, plataformas de video y Facebook

Especificaciones técnicas: puede ser grabado con celular o con cámara, preferiblemente utilizando audio externo para evitar ruido.

* Formato de exportación del video: H.264

* Aspecto estándar para videos: 16:9

Especificaciones de estilo: los cortometrajes, además de alinearse a las temáticas de página 18, deben tener un estilo joven que despierte interés en nuestro público; por lo cual, se recomienda la utilización de narraciones simples que dejen un mensaje claro en los espectadores.

Tipo de lenguaje: formal o informal, depende de la temática abordada en el cortometraje.

Series

Definición:

Las series web son colecciones de piezas audiovisuales de carácter episódico, deben ser mínimo tres episodios y conservar una relación lógica entre estos (argumento, personajes, locaciones y entre otros). Estas pueden ser producciones de ficción, animación o documentales, sin embargo, no deben ser emitidas por televisión o cines, sino limitarse a internet. (Cubero, 2017)

Tipos de canales: página web, IGTV, plataformas de video y Facebook

Especificaciones técnicas: las series en Página 18 deben contener entre 3 y 10 capítulos, cuya duración individual no sobrepase los 15 minutos. Por tratarse de formatos para web puede ser grabada con celular o cámara, siendo procurando tener buen sonido y la mejor calidad de la imagen posible.

* Las series se editan en Adobe Premiere Pro y los audios del mismo en Adobe Audition.

* Formato de exportación del video: H.264

* Aspecto estándar para videos: 16:9

Especificaciones de estilo: las además de alinearse a las temáticas de página 18, deben tener un estilo joven que despierte interés en nuestro público; por lo cual, se recomienda la utilización de narraciones simples que dejen un mensaje claro en los espectadores.

Tipo de lenguaje: coloquial o informal

Visuales:

Infografías

Definición:

A través de recursos visuales despliega información amplia y compleja de manera

Manual de estilo

sencilla. Están compuestas de fotografías, ilustraciones, diagramas, texto. (Prensa Escuela, 2019)

Tipos de canales: post para todo tipo de redes sociales, página web.

Especificaciones técnicas: las infografías pueden tener los siguientes dos tamaños: 1080 x 1080 píxeles si se pretende colocar como un post de redes sociales o 1920 x 1080 si lo que se quiere es que sea un formato alargado tipo historias o ancho tipo diapositiva.

* Se recomienda realizarlas en Adobe Illustrator o la plataforma Canva.

Especificaciones de estilo: las infografías deben contener una imagen o ilustración principal que guíe la lectura.

Tipo de lenguaje: formal intentando simplificar el contenido que se pretende informar.

Digitales:

Página web

Definición: Una página web es un documento electrónico adaptado particularmente para el Web, que contiene información de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualesquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones. Estas páginas tienen la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra. (Milenium, s.f)

Especificaciones técnicas: la página web de Página 18 está alojada en Wix, lo que permite un fácil acceso a la configuración estética de la página. Se recomienda conectar pluggins a la página para darle más visibilidad en los buscadores de Google .

Especificaciones de estilo: la página web de Página 18, está dividida de la siguiente manera:



Tipo de lenguaje: coloquial, informal o formal, dependiendo del contenido.

Post (feed) para redes sociales

Definición:

Es el contenido que se publica en una web social (Facebook, Instagram, página web, entre otros) y que pueden ir acompañados por una imagen, un vídeo o enlace web.

Tipos de canales: Instagram, Facebook, WhatsApp

Especificaciones técnicas: 1080 x 1080 píxeles (videos, fotografías, ilustraciones, infografías)

Especificaciones de estilo: los post para redes sociales se utilizan con diversos fines: transmitir algún tipo de información o contenido de valor, presentar algún producto, promocionar la marca o simplemente para publicar fotografías. En el caso de Página 18, los post se utilizarán para promocionar contenido creado por el taller, dar información o contenido de valor a nuestro público y para mostrar, mediante fotografías, el proceso del taller de medios.

Tipo de lenguaje: informal y coloquial

Reels y Tik toks

Definición:

Videos breves de hasta 1 minuto, a los cuales se les pueden añadir elementos musicales, filtros y efectos especiales.

Tipos de canales: Instagram, Tiktok.

Especificaciones técnicas: 1920 x 1080 píxeles. Duración: entre los 15 y los 30 segundos para Instagram y los 30s y 1 minuto para Tiktok. Para amenizar los videos cortos, se debe contar con buena iluminación, ya sea natural o artificial.

Especificaciones de estilo: Se recomienda utilizar esta herramienta para dar contenido de valor a nuestro público.

Ejemplo: ¿Cómo editar una fotografía?, ¿Cómo hacer un memes?, entre otras opciones.

Tipo de lenguaje: informal.

Interpretativos:

Columnas de opinión

Definición: Es un texto de opinión sobre algún suceso de actualidad, escrito por una persona que hace una interpretación sobre un tema. Su punto de vista debe estar bien argumentado. (Prensa Escuela, 2019)

Tipos de canales: página web, Facebook.

Especificaciones técnicas y de estilo:

- * Hasta 400 palabras o 2000 caracteres
- * Al menos una referencia a una noticia
- * Siempre incluir en los créditos: foto, nombre y grado
- * Incluir un título para la columna
- * Si así lo prefiere, puede incluir una imagen y/o video.

Tipo de lenguaje: formal con utilización de palabras coloquiales.

Memes

Definición: Un meme es un concepto, una idea, un sentimiento o cualquier manifestación expresada a través de medios virtuales de una manera simplificada. Usualmente se utilizan recursos gráficos como clips, gifs o imágenes las cuales pueden estar acompañadas de texto y audio. Además, debido a estas características, tiene la capacidad de replicarse rápidamente y en este proceso evolucionar con la libre intervención de usuarios ajenos al autor original. (Lonch, 2019)

Tipos de canales: redes sociales.

Especificaciones técnicas: preferiblemente imágenes tamaño estándar 1080 x 1080 píxeles.

Tipo de lenguaje: informal y coloquial

Caricatura

Definición: Corresponde a una ilustración que expresa el punto de vista del autor frente a un tema de actualidad. (Prensa Escuela, 2019)

Tipos de canales: redes sociales.

Especificaciones técnicas: preferiblemente imágenes tamaño estándar 1080 x 1080 píxeles.

Tipo de lenguaje: informal y coloquial. ■



PÁGINA 18

