

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MENCIÓN: PERIODISMO  
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

**PRENSA ESTUDIANTIL: PRODUCCIÓN EDITORIAL PARA SER  
APLICADA EN WWW.ALDEA.NET.VE. INFORME DE PASANTÍA**

**Tesistas**

Dariela SOSA S.

Liliana CORTAZZO G.

**Tutor académico**

Néstor GARRIDO

**Tutor empresarial**

Gabriel SALAS E.

Caracas, septiembre de 2008

## PLANILLA DE EVALUACIÓN

Fecha: \_\_\_\_\_

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

---

---

---

realizado por los estudiantes:

1	
2	
3	

que les permite optar al título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica

Andrés Bello, dejamos constancia de que una vez revisado el mencionado trabajo y sometido éste

a presentación y defensa públicas, se le otorga la siguiente calificación:

**Calificación Final:** En números \_\_\_\_\_ En letras: \_\_\_\_\_

Observaciones \_\_\_\_\_

---

---

\_\_\_\_\_  
Presidente del Jurado

\_\_\_\_\_  
Tutor académico

\_\_\_\_\_  
Tutor empresarial

\_\_\_\_\_  
Jurado

## AGRADECIMIENTOS

*A Dios, por guiar siempre nuestros pasos*

*A nuestros familiares y amigos, por su paciencia, cariño y apoyo incondicional*

*A Irene Ochoa, por su diligencia y apoyo constante dentro de Aldea, y a Gabriel Salas por brindarnos la licencia y confianza para innovar en su empresa*

*A Néstor, nuestro tutor, por su amistad y acertadas recomendaciones, no sólo en el trabajo de grado sino a lo largo de la carrera*

*A Caroline De Oteyza, por su orientación e interés constante en el proyecto*

*A Luis García, por los amables consejos enmarcados en su experiencia dentro del Ministerio del Poder Popular para la Educación*

*A Serenella Rosas, por desempolvar de manera entusiasta la labor de su padre Jesús Rosas Marcano*

*A nuestros queridos estudiantes de bachillerato que se aventuraron a participar en el proyecto piloto de Prensa Estudiantil, y que fueron nuestra inspiración para enriquecerlo cada día*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>Resumen / Abstract</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	7
<b>1. Marco Referencial</b> .....	11
1.1. Orígenes del periodismo escolar.....	11
1.2. El Centro de Enlace entre la Educación y los Medios de Información....	12
1.3. Periodismo estudiantil y escolar.....	13
1.4. Breve recorrido por el periodismo estudiantil caraqueño.....	16
1.5. El rol del Ministerio.....	18
1.6. Otras experiencias.....	19
1.7. Periódicos digitales escolares.....	20
1.8. Antecedentes de periodismo escolar en América Latina.....	21
1.9. Incorporación de las TIC a la cotidianidad de los estudiantes.....	25
1.10. Plan Nacional de Tecnologías de Información.....	28
1.11. Producción editorial.....	29
1.11.1. Política editorial.....	30
1.11.2. Diseño editorial.....	32
1.11.3. Guía o manual de estilo.....	34
1.11.4. Guía o manual de procedimientos.....	35
<b>2. Marco legal</b> .....	37
2.1. Libertad de expresión.....	38
2.2. Derecho a opinar y a ser oído.....	40
2.3. Derecho y libre acceso a la información.....	41
2.4. Libertad de pensamiento, conciencia y religión.....	43
2.4. Libertad de asociación.....	44
2.5. Derecho al honor, reputación, propia imagen, vida privada e intimidad	44
2.6. Educación crítica para los medios de comunicación.....	45
<b>3. Marco Metodológico</b> .....	47
3.1. Formulación del problema.....	47

3.2. Modalidad.....	47
3.3. Delimitación.....	47
3.4. Objetivo general.....	48
3.5. Objetivos específicos.....	48
3.6. Factibilidad.....	49
3.7. Tipo de investigación.....	49
3.7.1. Diseño bibliográfico.....	49
3.7.2. Metodología de campo.....	53
<b>4. Desarrollo de la pasantía.....</b>	<b>64</b>
4.1. La organización madre: Ip-network y la marca Aldea.....	64
4.2. Plantilla informativa sobre Prensa Estudiantil.....	66
4.3. Política editorial.....	72
4.4. Diseño editorial.....	74
4.5. Lineamientos gráficos.....	81
4.6. Guía de estilo.....	82
4.7. Organigrama de Prensa Estudiantil.....	96
4.8. Descripción de funciones del equipo editorial de Prensa Estudiantil.....	98
4.9. Descripción de cargos de la empresa en relación a Prensa Estudiantil....	100
4.10. Procedimientos.....	106
4.10.1. Acciones anuales.....	107
4.10.2. Acciones mensuales.....	108
4.11. Programa de talleres.....	111
4.12. Recomendaciones para las visitas guiadas.....	128
4.13. Glosario.....	129
<b>Conclusiones.....</b>	<b>136</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>140</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>142</b>
<b>Trabajos de grado.....</b>	<b>144</b>
<b>Referencias electrónicas.....</b>	<b>144</b>
<b>Leyes, declaraciones y convenciones.....</b>	<b>146</b>

## RESUMEN

El siguiente trabajo de grado es un informe de pasantía que contiene una producción editorial para ser aplicada en la sección *Prensa Estudiantil* del portal [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve). Esta sección es la plataforma para una red de periódicos escolares digitales que se actualizan mensualmente y cuyos contenidos están elaborados por estudiantes de bachillerato, con la asesoría de un docente de su institución. La producción editorial incluye la política editorial, diseño editorial, guía de estilo, guía de procedimientos y lineamientos gráficos que orientan las publicaciones. El informe también cuenta con un programa de talleres de periodismo y liderazgo que mejoran el desempeño de los estudiantes que son miembros de los equipos editoriales, y un marco legal que explicita el derecho a la información y a la libertad de expresión que poseen los adolescentes.

**Palabras claves:** periodismo escolar, producción editorial, Prensa Estudiantil digital, Aldea.

## ABSTRACT

The following graduation paper is an internship report that contains an editorial production to be used and applied in the *Prensa Estudiantil* section of [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve) web page. This section is the platform of a network of digital school journals to be updated monthly and whose content is produced by high school level students with the guidance of an institution teacher. The editorial production includes an editorial politics, an editorial design, a style guide, a procedures guide and graphic guidelines that direct publications. The report also includes a program of journalism and leadership workshops designed to improve the performance of students members of the editorial teams, all done within a legal framework that supports the right to inform and freedom of expression that students have.

**Keywords:** school journalism, editorial production, Prensa Estudiantil digital, Aldea.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo del periodismo en liceos y colegios es una práctica que incentiva la curiosidad a través de la búsqueda de información y que permite la expresión adolescente del pensamiento crítico. La prensa estudiantil consolida el trabajo en equipo, recrea una realidad exclusiva de la comunidad educativa y además aporta ideas frescas de un colectivo juvenil ávido por participar en su propia formación, sea como lector o como miembro del equipo editorial de una publicación de este tipo.

El siguiente trabajo es un informe de la pasantía llevada a cabo en el seno de la empresa *Ip-Network*, específicamente en el área de los servicios que ofrece a colegios caraqueños la plataforma de conexión a Internet. De la asociación de *Ip-Network* con *Aldea Educativa* nace la marca *Aldea*, cuyo objetivo está en emplear la tecnología para satisfacer necesidades de las comunidades educativas como la creación de portales, la disponibilidad de motores de búsqueda en enciclopedias virtuales, la posibilidad de usar un sistema de correo electrónico exclusivo, entre otros.

Con el propósito de diversificar la oferta de contenidos en el portal de *Aldea*, [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve), se decidió dedicar una sección donde los alumnos de cuarto y quinto año de los colegios caraqueños tuviesen la oportunidad de opinar e informar sobre los gustos, eventos, novedades y particularidades de su generación, específicamente dentro de su dinámica diaria en el colegio. El nombre de esta propuesta es *Prensa Estudiantil* y con ella se pretende sentar las bases para que la iniciativa crezca y perdure en el tiempo. El marco temporal que aborda este trabajo es la experiencia de *Prensa Estudiantil* durante el período académico 2007-2008.

El proyecto que se ha desarrollado busca suscitar la opinión argumentada de estudiantes caraqueños del ciclo diversificado del bachillerato con vocación

periodística, para que se organicen en grupos de redacción que produzcan periódicos estudiantiles digitales en colegios suscritos o no a la marca *Aldea*.

Actualmente muchas organizaciones privadas en Caracas no cuentan con programas que promuevan el periodismo estudiantil y les proporcionen a los interesados un espacio de asesoría y publicación gratuito. Si bien el Ministerio del Poder Popular para la Educación se ha preocupado por capacitar a numerosos docentes en la materia, no ha brindado ni la plataforma ni el enfoque que se propone con *Prensa Estudiantil*. La iniciativa planteada en este trabajo no proviene del componente docente de ninguna institución, sino de una empresa especializada en telecomunicaciones, que cuenta además con periodistas y profesionales de otras disciplinas que enriquecen el proyecto; de allí lo novedoso de la experiencia sobre la materia. *Prensa Estudiantil* parte de los alumnos y los convierte en consumidores y comunicadores de sus propias ideas y creaciones.

Luis M. García P. y Xiomara Rojas V. (2005) establecen en su *Manual de periodismo escolar* una diferencia significativa entre el periodismo escolar y el estudiantil:

El periodismo escolar supone la interacción solidaria de varios de los agentes que participan en el seno de la comunidad educativa (...) Cuando un grupo de estudiantes, de una misma sección o de varias, se plantea incursionar en una experiencia de expresión gráfica y lo efectúa, bien sea en una oportunidad o en varias ocasiones, estamos en presencia del periodismo estudiantil (...) En un medio estudiantil los alumnos expresan sus opiniones e incluso disienten de sus docentes y señalan lo que a su entender es importante para sus compañeros y para el ámbito escolar; pero en ningún caso puede entenderse al órgano divulgativo como un periódico de la escuela. (p.21)

La empresa *Ip-Network* explora a través de su marca *Aldea* un nicho de mercado que no había sido atendido con una perspectiva innovadora por ninguna empresa privada venezolana: las comunidades educativas compuestas por los

estudiantes, el personal docente, los directivos y los representantes. En la propuesta que merece el siguiente informe los principales beneficiarios son los alumnos.

Sobre esta base se intenta generar un medio de comunicación que contribuya a que el *target* se interese por los contenidos, participe en su creación o difiera de ellos con argumentos sólidos. El proyecto busca ajustarse a los nuevos tiempos, donde los métodos de acceso y difusión de la información periodística se han adaptado a la red y comienzan a involucrar la interactividad entre emisor y receptor.

El objetivo principal es crear un sistema editorial de prensa estudiantil digital para la empresa *Ip-network* y su marca *Aldea* que puedan implementar estudiantes del ciclo diversificado de instituciones educativas caraqueñas, suscritas o no a *Aldea*, para generar un canal alternativo de opinión y de propuesta de soluciones por parte de los adolescentes para su proyección y formación como futuros adultos conscientes de su ciudadanía.

Asimismo, se pretende dejar constituida una red de periódicos estudiantiles que pueda tener continuidad. Por la importancia de la praxis para la elaboración de un proyecto factible y con resultados tangibles, se seleccionó la modalidad pasantía.

El proyecto cobra vida gracias a que la empresa *Ip-Network* proporciona la plataforma digital en donde se alojan los periódicos escolares, así como los recursos económicos para costear los gastos involucrados.

El producto final de *Prensa Estudiantil* es entonces una sección web que alberga la red de publicaciones digitales de los estudiantes involucrados en el proyecto. Estas producciones editoriales se actualizan mensualmente y están orientadas con la política, el diseño editorial, la guía de estilo y los lineamientos gráficos, cuyas creaciones son objetivos específicos de este trabajo.

El funcionamiento del sistema está descrito en una guía de procedimientos que explica la sucesión de los pasos que debe contemplar *Prensa Estudiantil* para su eficiente ejecución.

Por último, el desarrollo de talleres para la capacitación periodística no sólo otorga herramientas técnicas para mejorar la ortografía y sintaxis. También orienta la búsqueda y redacción de material noticioso y textos literarios, generando un clima de intercambio de ideas entre los miembros de *Prensa Estudiantil* que favorece el liderazgo y la proactividad, la sana competencia, el trabajo en equipo y la motivación a la excelencia.

## MARCO REFERENCIAL

### Orígenes del periodismo escolar

No sería adecuado hablar de periodismo escolar sin antes conocer un poco sobre su principal propulsor, Celestin Freinet. El maestro francés nació en 1896 y se formó en la escuela normal de maestros de Niza. En 1920 ingresa como profesor adjunto en la escuela de Bar-sur-Loup, que contaba con una población de apenas 1.000 habitantes y estaba ubicada cerca de Grasse y Vence. A partir de su experiencia en esta humilde escuela, introducirá la imprenta en la institución e iniciará un movimiento nacional denominado “Nueva Educación”, que se dio a conocer a través de sus artículos en la prensa profesional y política, así como por su participación en congresos internacionales que masificaron las propuestas de una nueva pedagogía.

De este modo germinó la idea de una escuela libre experimental. Durante 1934 y 1935 Freinet, consigue construir una escuela en Vence, con el apoyo de amigos políticos, la prensa izquierdista (corriente de pensamiento que defendía) y de quienes respaldaban el movimiento que él mismo inició para la puesta en práctica de la enseñanza laica. En 1948, la Cooperativa de enseñanza laica se convierte en “Instituto de la Escuela Moderna” y se sitúa en Cannes, convirtiéndose en un destacado centro de elaboración y difusión de material pedagógico.

En 1950, Freinet es excluido del Partido Comunista, con el que antes conjugaban sus ideas; pero, a raíz de este hecho, se provoca una conmoción en su movimiento y los congresos internacionales se convierten en enfrentamientos pedagógicos. Freinet muere en Vence en 1966. Sin embargo, el movimiento prosigue después de su fallecimiento y su esposa, Elise Freinet, mantuvo la memoria del difunto maestro.

La propuesta innovadora de la pedagogía de Freinet se centró en enseñar al niño a desarrollarse en la sociedad, elemento íntimamente relacionado a la educación sobre la democracia, la libertad de expresión, la comunicación, el compromiso, el trabajo en equipo y la responsabilidad. Es importante situar en contexto por qué resultaba transformador el sistema de enseñanza de Freinet, y es precisamente porque en su época el método que se llevaba a cabo era el tradicional, el de la escolástica; basado en la explicación catedrática y teórica y no en la observación, experimentación y práctica. En otras palabras Celestin Freinet propone desarrollar las facultades creadoras y activas de los estudiantes.

### **El Centro de Enlace entre la Educación y los Medios de Información**

En el año de 1983 en Francia, se implantó un decreto ministerial que consolida la creación del *Centre de Liaison de L'Enseignement et des Moyens d'information* (Centro de Enlace entre la Educación y los Medios de Información), mejor conocido como CLEMI. La misión fundamental de esta organización es impulsar el empleo de los medios de información en la educación, con el propósito de que los estudiantes comprendan mejor el mundo que los rodea y desarrollen su sentido crítico.

La formación por medio de talleres, visitas guiadas y conferencias organizadas por un equipo interdisciplinario de periodistas, investigadores, docentes y universitarios, es una de las actividades principales del CLEMI. Asimismo, el centro cuenta con la más amplia colección de periódicos escolares, pues registra 6.500 ejemplares, tanto franceses como extranjeros; además, reúne documentos escritos y audiovisuales, dentro de los que caben también informes de experiencias sobre materia educativa y comunicativa realizados en todas partes del mundo. Esta amplia colección está disponible para realizar investigaciones y estudios especializados acerca de la utilización pedagógica de los medios.

Las publicaciones que realiza el CLEMI comprenden documentos sobre el conocimiento de los medios, guías prácticas y análisis sobre la educación para los medios. Tanto la documentación como el portal oficial, [www.clemi.org](http://www.clemi.org), están en su idioma original, el francés.

### **Periodismo estudiantil y escolar**

Pareciera irrelevante distinguir al periodismo estudiantil del escolar, tomando en cuenta que las palabras escuela y estudiantes están unidas obligatoriamente, puesto que sin una difícilmente existiría la otra. Sin embargo, hay una diferencia significativa entre el periodismo estudiantil y el escolar que se basa en quiénes son responsables de la creación de las publicaciones, no así de a quiénes están dirigidas.

Luis García y Xiomara Rojas (2005) definen al periodismo estudiantil del siguiente modo:

Cuando un grupo de estudiantes, de una misma sección o de varias, se plantea incursionar en una experiencia de expresión gráfica y lo efectúa, bien sea en una oportunidad o en varias ocasiones, estamos en presencia del periodismo estudiantil (...) En un medio estudiantil los alumnos expresan sus opiniones e incluso disienten de sus docentes y señalan lo que a su entender es importante para sus compañeros y para el ámbito escolar (...) El periodismo estudiantil permite la sana competencia entre grupos de alumnos que desean expresarse y buscan al reconocimiento de sus opiniones en el ámbito de la comunidad educativa. (p.21)

García y Rojas (2005) destacan también que toda forma de periodismo estudiantil es al mismo tiempo periodismo escolar; pero no toda expresión de periodismo escolar es solamente estudiantil. En el periodismo escolar intervienen en la confección otros actores de la comunidad educativa entre los que generalmente se destacan los profesores e incluso padres y representantes.

En este trabajo, la iniciativa *Prensa Estudiantil* responde a la forma de periodismo escolar de exclusiva creación de los alumnos, sin interferencia o limitaciones de los directivos, ni otro tipo de personal del colegio, más allá de la asesoría técnica que soliciten los alumnos en áreas específicas como redacción, ortografía y recomendaciones generales.

“El periódico es el manual popular por excelencia de la ‘escuela paralela’ y, a la vez, consignación de urgencia de la vida que pasa” (Rosas Marcano, 1996, p. 15). Pero no sólo el uso y la lectura de la prensa industrial dentro de los salones es material enriquecedor, el método Freinet, fundamentado en el *texto libre*, se apoya en que la simple experimentación y observación de la realidad sirven también como insumo para que el estudiante pueda construir una publicación que vaya más allá de lo académico.

Según el texto publicado en el portal colombiano Eduteka.org, bajo el título *Elaboración de Periódicos Escolares*, existen dos modos de utilizar la prensa escrita en el aula de clase: “Mediante la lectura y análisis de algunos periódicos que han demostrado un buen nivel de objetividad en el tratamiento de las noticias y mediante la elaboración de un nuevo medio de comunicación en forma de periódico” (Eduteka, 2006).

El emplear en el salón de clases el periódico brinda a los profesores la oportunidad de apoyarse en un material dinámico, actual y especialmente informativo. Pero, más allá de potenciar los recursos del aula, el periódico puede fortalecer las competencias académicas de los alumnos. Como plantea el ensayo *Elaboración de Periódicos Escolares* de Eduteka.org, la capacidad comunicativa que esencialmente se desarrolla con el empleo del periódico se convierte también en una base para otras destrezas como la ciudadanía participativa, la generación de convivencia, el pensamiento crítico y la capacidad de análisis.

Los estudiantes deben llevar a cabo una serie de pasos para realizar el contenido de sus publicaciones. En principio, necesitan concebir la idea sobre el tema que abordarán, luego, deben orientar hacia un enfoque específico dicha abstracción para poder redactar un borrador y finalmente necesitan editar el texto para presentarlo. De este modo, los conceptos y teorías que los jóvenes han recogido en las cátedras podrán verse aplicados fuera del aula y serán reforzados.

Acercas de esta premisa Rosas Marcano (1996) realiza una crítica al modelo tradicionalista de enseñanza que provoca el conformismo en los estudiantes:

Han frenado la identificación del niño nuestro con su realidad y han estancado su iniciativa consciente para preparar su futura participación en la vida económica, social y política del país (...) El empeño estará en alimentar la conciencia original de los niños, en disponerlos a confrontar culturas, en ayudarlos a desarrollar sus capacidades, su autonomía; en instruirlos en la investigación de la realidad para acercarlos al pluralismo de las ideas. (p. 16)

Para que exista una consistencia en la vida escolar y la vida social es indispensable que la pedagogía conservadora se modernice, que deje penetrar en la institución los temas y fenómenos de actualidad, así tengan matices políticos, religiosos u otros. De lo contrario la manera de pensar y actuar de los escolares se verá impregnada de ciertas contradicciones y se sentirán frustrados por no contar con espacios para canalizar su expresión.

De acuerdo con Freinet, según las concepciones de la Escuela y de la Educación, se crea un dualismo lamentable en las funciones esenciales del individuo: la familia, el pueblo o la calle tienen sus normas, su forma de instrucción, su moral, su estilo de cultura.

Por su parte, Rosas Marcano (1996) comenta sobre el aburrimiento que han ocasionado en los escolares las publicaciones tradicionales, creadas por profesores con estricta pauta académica:

Esta clase de periódicos se nutre de conocimientos enciclopédicos, de lecciones de cosas, de laminarios de órganos corporales humanos y de esquemas zoológicos y botánicos; un lastre de crucigramas, siempre los mismos hechos históricos manidos sin especulación crítica. Las tradiciones y el folclor, necesarios para afirmar la identidad, son escritos, a veces, por colaboradores eruditos y, en muchos casos, el contenido se pierde, porque los niños carecen del repertorio lexicográfico indispensable para poder asimilar sus moralejas (...) En suma, quienes aprovechan esa lectura conformista son los maestros, que si bien no actualizan muchos conocimientos con sus contenidos, por lo menos pueden refrescar lo aprendido durante su formación docente, aliviar la preparación de la clase y así vaciar con mayor seguridad esos saberes a sus consecuentes alumnos” (p. 25).

Son varias las ventajas que proporciona el periodismo estudiantil en los jóvenes, bien sea en el aprendizaje o en la psicología del mismo. Los alumnos no sólo pueden mejorar su ortografía y redacción, sino que con el hábito de la investigación, indispensable para el periodismo, el deseo por el conocimiento y el afán por la lectura serán mayores. La formación ciudadana no queda relegada, más bien el periodismo estudiantil la potencia con la puesta en práctica de la participación, el trabajo grupal, la solidaridad, el respeto y la tolerancia.

### **Breve recorrido por el periodismo estudiantil caraqueño**

Los periódicos estudiantiles de los centros educativos de Caracas, y podría decirse de Venezuela, creados a partir de principios del siglo XX, se conocen muy poco. La razón fundamental es que en la mayoría de los casos no hay regularidad en la secuencia de la aparición de los ejemplares. Luz Coromoto García (1982) en su

trabajo de grado titulado *El periodismo en el liceo* señala que esto se debe a dos razones: o que el número de series de los periódicos no llega al documentalista o que el periódico desapareció a los pocos números por circunstancias fortuitas que no permitieron a sus redactores señalar la suspensión. En su investigación, García (1982) plantea que no hubo preocupación de sus responsables de conservarlos en los archivos de las instituciones y que sólo algunas familias guardan ejemplares nada más por el hecho emotivo y no por su valor documental.

En términos generales, los periódicos estudiantiles de la época guardaban una estrecha relación entre sí, especialmente en la similitud de sus diseños, estructuras, formatos y temáticas. *El Esfuerzo Juvenil* de 1924, ubicado en la Hemeroteca Nacional, es el registro más antiguo de periodismo escolar disponible al público. Entre sus características se destaca la tendencia a imitar los diarios industriales, a pesar de que su formato era más bien el de una revista pequeña. La diagramación era a dos columnas, con escasos dibujos y fotografías, contaba con temas históricos, poemas, reseñas deportivas, culturales, políticas y con publicidad. Su periodicidad, como la de las demás publicaciones estudiantiles, era mensual, básicamente por razones de costo y por la exigencia en la dedicación de tiempo, adicional a las clases, que debían brindarles los estudiantes a la ejecución del proyecto periodístico. Si bien *El Esfuerzo Juvenil* estaba dirigido por estudiantes, no deja de percibirse la influencia de profesores, pues existía incluso una columna denominada “La voz del docente”.

Otras publicaciones significativas que siguieron los mismos lineamientos fueron las siguientes: *Surcos*, que nació en 1934 en la Escuela Normal de Hombres de Caracas; *El Estudiante*, del Liceo Andrés Bello creado en 1943; y *Arteria*, del Fermín Toro, que surgió en el mismo año; así como *El Comején* del Gustavo Herrera.

## **El rol del Ministerio**

El Ministerio del Poder Popular para la Educación tiene un Programa Nacional de Periodismo Escolar que busca fortalecer la lengua y la literatura en los estudiantes de planteles públicos y privados. El esfuerzo consiste en capacitar, por medio de talleres, un conjunto de docentes en todos los estados venezolanos para que introduzcan en el aula herramientas comunicacionales que permitan a los alumnos contextualizar sus conocimientos y afinar la reflexión. Este proyecto se viene llevando a cabo desde el año 2001. Según cifras del Ministerio, sólo en el año 2006 se instruyeron 501 participantes.

La decisión del Ministerio surge como una manera de retomar el viejo programa de periodismo escolar de los años 40 y 50 del siglo pasado, buscando actualizarlo con el objeto de proporcionarle a la institución educativa una voz propia. Las áreas básicas con las cuales trabaja el Programa Nacional de Periodismo Escolar son la formación y actualización docente, los concursos de periodismo escolar “Rafael Rivero Oramas” y “Jesús Rosas Marcano”, dedicados respectivamente a II Etapa de Educación Básica y III Etapa de Educación Básica en el nivel de Media, Diversificada y Profesional del país; y por último, las muestras municipales, regionales y nacionales de periodismo escolar que cuentan con la participación de trabajos elaborados en los planteles.

Es importante destacar que los concursos llevan los nombres de dos connotados propulsores del periodismo escolar en Venezuela. Rafael Rivero Oramas fue un comunicador social nacido en 1904 en el Estado Miranda que dedicó parte de su profesión a impulsar el cine y la literatura infantil. En 1928 instaló una emisora de radio en su casa desde donde creó su personaje “El tío Nicolás”, cuyos cuentos sirvieron para popularizar a los personajes “Tío Tigre y Tío Conejo”. Participó también en la fundación de *Bolívar Films* y realizó varios rodajes, entre ellos la

producción de *Juan de la Calle* junto a Rómulo Gallegos. Rivero Oramas murió el 2 de agosto de 1992.

Jesús Rosas Marcano fue un docente margariteño que conectó su vocación pedagógica con el periodismo, luego de graduarse en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Ávido de conocimientos, realizó un postgrado en París donde profundizó sus estudios sobre el periodismo para niños y lo cultivó a su regreso en todas las aulas de clase en las que se desempeñó. También difundió las ventajas que brinda el periodismo juvenil, a través de sus libros y columnas en importantes diarios, así como por medio de seminarios dictados a otros profesionales de la materia. Ejemplos de su labor fueron la publicación de *La Pájara Pinta* en el diario *El Nacional* y de *Presencia Juvenil* en el *Diario de Caracas*. Falleció el 7 de mayo de 2001.

Actualmente, es decir, en el año 2008 la elaboración de los concursos de periodismo escolar “Rafael Rivero Oramas” y “Jesús Rosas Marcano” organizados por el Ministerio, se encuentra en una etapa de evaluación en la cual se está sometiendo a consideración la capacidad de estímulo o de exclusión de éstos. Por tal motivo, la ejecución de los concursos está paralizada hasta una nueva convocatoria.

### **Otras experiencias**

Una iniciativa relacionada con el tema del uso de la prensa en clases es la que se realiza desde 1990 con el nombre *El Nacional en el Aula*, cuya contribución es promover la lectura y el uso del periódico en los salones a niños de 9 y 12 años.

En décadas pasadas, periódicos como *El Nacional* y *El Diario de Caracas*, publicaron suplementos infantiles coordinados por periodistas y orientados a que los niños tuviesen material didáctico de lectura. Pero, también involucraron material redactado por los escolares. Hay dos ejemplos significativos.

*La Pájara Pinta* es el primero. Nació el 28 de junio de 1979 con la tutela de *El Nacional* y contemplaba los trabajos de niños caraqueños capacitados en talleres semanales dentro de sus colegios. La publicación duró apenas dos años. Luego, en 1987 apareció una iniciativa de periodismo estudiantil dedicada a adolescentes, cuyo nombre fue *Presencia Juvenil*. Esta contó con un espacio de una página en *El Diario de Caracas* a principio de los años noventa. Rosas Marcano (1996) la describe como una publicación concebida para ser escrita, discutida y leída por alumnos de la escuela básica con el objeto de ayudarlos a desarrollar sus capacidades críticas y participativas. Al igual que con *La Pájara Pinta*, todo el contenido provenía de los distintos talleres de expresión que dictaban los expertos de los medios.

### **Periódicos digitales escolares**

El equipo colombiano de Eduteka ([www.eduteka.org](http://www.eduteka.org)), especialista en tecnología de información y comunicaciones para la enseñanza en educación básica y media, señala:

La lectura de la versión en Internet de los periódicos comerciales, se incrementó a nivel mundial en un 350% durante los últimos cinco años. Actualmente millones de personas consultan a diario la versión digital de sus periódicos favoritos; de ahí que, publicar el periódico escolar en Internet, constituya un reto muy atractivo y actual para los estudiantes. Sobre todo, si tenemos presente que la circulación de los periódicos en línea no se circunscribe al entorno local y permite que parientes y amigos de los estudiantes, sin importar su ubicación geográfica, puedan leer cada una de las ediciones” (Eduteka, 2006).

Algunas de las ventajas de los periódicos escolares digitales de educación básica y media son:

- Publicar en Internet permite llegar a un público más amplio, sin que medie ningún mecanismo de distribución.

- Llegar a una mayor audiencia puede aumentar el atractivo para que los estudiantes escriban con mayor profundidad.
- Escribir para la web exige concisión; los estudiantes deben ir al “grano” desde el inicio del texto.
- Acompañar la información con recursos de multimedia que ayuden al lector a comprender mejor los temas tratados (sonido, videos, animaciones e hipertexto); además de texto, imágenes y fotografías.
- Otorgar participación en cada edición y en calidad de colaboradores a un número mayor de estudiantes, ya que el espacio para noticias y colaboraciones no está limitado por un número determinado de páginas.
- Acceso a la información tan pronto se coloca en el servidor Web que se utilice para publicar el periódico, sin procesos demorados de impresión, distribución, etc.; dar acceso a la audiencia a las ediciones anteriores del periódico escolar.
- Reducir significativamente los costos.
- El periódico se puede alojar en un servidor web gratuito o en el servidor gratuito de la institución educativa.

### **Antecedentes de periodismo escolar en América Latina**

Los medios constituyen elementos clave para la ejecución de políticas informativas que respalden el progreso económico y social de Iberoamérica. Existen algunas experiencias que promueven el diagnóstico permanente de las necesidades de la comunidad, fomentan la gestión y el fortalecimiento institucional, y generan un espacio propicio para la convivencia escolar y comunitaria. Los diarios y demás medios impresos de estas regiones suelen promover el ejercicio periodístico en los centros educativos.

Como agentes de desarrollo local, conviene revisar algunas experiencias en periodismo escolar provenientes de contextos iberoamericanos.

### España

El diario *El País* convoca cada año escolar al concurso “El País de los Estudiantes”. En el año 2006 participaron 36 mil de 6.238 equipos de 2.072 centros escolares. En el concurso, los equipos participantes tienen que recrear la redacción de un periódico, asumiendo las distintas tareas, desde fotografía a diagramación y redacción.

Bajo la supervisión de un profesor, cada equipo elabora su propio periódico mediante un sistema de diagramación a través de Internet facilitado por el diario español. Este proyecto educativo genera condiciones para la llegada de periódicos a los centros escolares, fomenta el hábito de leer y también orienta a los docentes respecto a la utilización didáctica de la prensa escrita.

### Argentina

En Argentina existen varios periódicos digitales que se encuentran alojados en EducaRed Argentina. Entre los más destacados se encuentran *La Otra Palabra*, del Colegio Calasanz y *Prisma* del Instituto Superior San Agustín.

*La Otra Palabra* Ofrece una barra lateral desde la cual se acceden las diferentes secciones de cada edición (Portada, Interés General, Deportes, Ciencia y Tecnología, Música, Historia y Política, Espectáculos, Literatura, Arte, diseño y moda, Viajes y Salidas). La consulta de ediciones anteriores se facilita con el “Archivo”. Las páginas, en formato php, están alojadas en el servidor del “Proyecto de Periodismo Escolar” de Educared (<http://www.educared.org.ar>).

La publicación Prisma corresponde al Instituto Superior San Agustín, ubicado en Remedios de Escalada, Argentina. El proyecto cuenta con el apoyo de la Fundación Telefónica, RedCom y de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Argentina). Tanto la portada como la estructura, las secciones y la funcionalidad de este medio, son similares a las de *La Otra Palabra*, pues se utilizan plantillas de un gestor de contenido con el cual se administran varios periódicos escolares.

### Ecuador

El boletín digital de Intisana pertenece al Colegio Intisana, ubicado en la ciudad de Quito, Ecuador. Puede consultarse a través de <http://www.intisana.com>. El proyecto *Intisana Online* busca la interacción entre estudiantes, profesores y padres de familia de manera directa y permanente, tratando de tener puentes entre los distintos grupos de la comunidad educativa. Las secciones incluyen noticias (académicas, culturales y deportivas), calendario de actividades, avisos importantes, menú de comida, cine y páginas y artículos recomendados. En cuanto al diseño, la estructura dificulta diferenciar entre la información periodística y la información general de la institución.

No se ofrece un archivo de ediciones anteriores, aunque conserva información publicada con anterioridad. Las páginas están en formato .php y se encuentran alojadas en el mismo servidor de la página web del colegio.

### Guatemala

En la nación centroamericana seleccionan a algunos miembros de equipos editoriales como corresponsales de *Aula 2.0*, un suplemento dirigido a la población estudiantil que publica el diario *Prensa Libre*.

El periódico Vértice del Colegio de Infantes del mismo país recibió del Diario de Centro América la condecoración “Pluma de Oro”. Cabe destacar que este instituto tiene una larga trayectoria que comenzó con un órgano informativo llamado *El Faro Estudiantil*, que salió desde 1935 a 1954.

### Perú

El órgano informativo del club de periodismo estudiantil de la Unidad Educativa “Las Mercedes” de Juliaca, en Puno, Perú, comparte la figura del texto libre de Freinet en formato de blog, e incluye en su portal los titulares más importantes de diarios nacionales, encuestas, comentarios y videos de Youtube.

### Colombia

Se han hecho más de quince encuentros de periodismo estudiantil, especialmente en la ciudad de Villavicencio. La secretaría de Educación de Caldas, según su vocero Néstor Jairo Tabárez Loaiza, está en negociaciones con el Ministerio de Educación para crear la Escuela de Periodismo Estudiantil, con el objeto de que sus alumnos tengan otros espacios para desarrollarse culturalmente.

Asimismo, el *Diario del Sur* y la Fundación Musurunakuna “Hombres Nuevos” promueven los talleres de periodismo escolar con la participación de estudiantes de institutos educativos de Nariño.

### México

En México, la Sociedad de Periodistas y Comunicadores (SPYC) de Ciudad Juárez imparte un curso para “reporteros escolares”, que se enfocan en el periodismo digital. Estos jóvenes posteriormente se integran a la sección del SPYC juvenil

## Puerto Rico

En uno de los escritos ganadores del IV certamen de composición del Centro de Libertad de Prensa de Puerto Rico, colgadas en el portal [www.centrolibertadprensa.org](http://www.centrolibertadprensa.org), el alumno del Colegio Ponceño Orlando Torres, habla de la utilidad de una publicación escolar y su vinculación directa con la libertad de expresión:

Posiblemente, habrá personas y estudiantes que al leer el artículo de un joven en un periódico estudiantil, no estén de acuerdo con su opinión. Sin embargo, esa persona tendrá una reacción hacia él y le llegará el mensaje. Por ejemplo, veamos un caso en que un estudiante escribe un artículo sobre el mal sabor del almuerzo en el comedor. Cuando la directora del comedor lea ese artículo va opinar contrario a lo que ese joven plantea; sin embargo, lo va leer, y va saber que eso es lo que opina el estudiante de su comida. Saber que a un estudiante no le gusta su comida, la llevará a pensar que posiblemente también hay otros que piensan así, lo cual es preocupante para ella. Esa preocupación la llevará a que haga una evaluación de los distintos aspectos de la cocina del comedor. Tal vez no cambie, pero la voz de ese estudiante se escuchó y creó una reacción en la directora, que la incitó a buscar alternativas. De eso se trata, de buscar lo mejor para todos. Uno va a expresar un mensaje que le favorece y el otro lado también expresará lo que le favorece, pero al final, ambos deben considerar la voz contraria. Ese es el propósito fundamental por el cual existe la libre expresión (Torres, 2008)

### **Incorporación de las TIC a la cotidianidad de los estudiantes**

Según Bartolomé (1999), las nuevas tecnologías amplían los recursos mentales e incrementan la capacidad del hombre para codificar, almacenar, procesar y transmitir todo tipo de información. De esto deriva el cambio en la forma de conocer y aproximarse a objetos, personas o fenómenos.

El PNUD o Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2002) en el Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela señala:

Las Tecnologías de Información y Comunicación se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) - constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional - y por las Tecnologías de la información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfases). (PNUD, 2002)

A efectos de este trabajo, se entenderán las TIC en el marco de sus cualidades y potencialidades aprovechables para el mejoramiento del proceso de enseñanza-aprendizaje, en los aspectos de accesibilidad de la educación, la accesibilidad a la información como insumo para la creación y aplicación de nuevo conocimiento, las facilidades de comunicación y las capacidades de procesamiento de información que tienen en las TIC una aliada en el ámbito educativo y para el sustento del desarrollo humano.

El Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela, también señala que, para que las TIC conduzcan al logro de los objetivos del desarrollo, ellas, como habilitadoras del mismo, deben propulsar el desarrollo económico y social en el marco de una estrategia global en la cual sus diferentes componentes se refuerzan y se desarrollan. El beneficio real de las TIC radica en mejorar el intercambio de información y crear poderosas redes institucionales, políticas, económicas y sociales.

Existen tres vertientes fundamentales para entender la conveniencia de la incorporación de las TIC en educación: el uso, el acceso y la apropiación. En lo que se refiere al uso, se deben conocer los distintos servicios que proveen estas tecnologías, así como los servicios de comunicación síncronos y asíncronos y repositorios de información. Respecto al acceso, el individuo debe tener conocimiento de las aplicaciones y una conexión disponible a ellas. Finalmente, un

individuo se habrá apropiado de una tecnología cuando en su quehacer diario esté presente el uso de las mismas.

Castillo y Yanes (2007), en función a su experiencia en aulas y en ambientes virtuales de aprendizaje señalan:

El desarrollo y la implementación de las TIC en las diversas esferas de la sociedad y en particular en la educación, está generando una profunda mutación en cada una de ellas, transformando a la sociedad en un sistema social altamente digitalizado y dependiente de la entrega constante de datos e información y generación sin límites de nuevos conocimientos. Lo que prima entonces, son los procesos que permiten crear nuevos conocimientos más que el conocimiento mismo como producto. (Castillo y Yanes, Ambientes virtuales de aprendizaje, currícula y modelos pedagógicos, 2007)

El uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación presenta ventajas en comparación con los recursos utilizados por la enseñanza tradicional (Adell, 1997, 1998; Bartolomé, 1999; Beltrán, 2001; Cabero, 1996; De Pablos, 1998; Joyanes, 1999; Kennedy, Odell y Klett, 200):

- Flexibilidad instruccional, ya que cada quien puede llevar un ritmo de aprendizaje con el que se sienta cómodo, hecho a la medida de sus posibilidades y necesidades.
- Complementariedad de códigos: con lo que estudiantes con diversas capacidades cognitivas pueden extraer un mayor provecho de los aprendizajes, tomando en cuenta que se aprende mejor aquello que se oye, se ve y se hace.
- Aumento de motivación: este efecto podría estar relacionado con la novedad; pero, la mayor implicación del alumno a través de las TIC en el proceso de aprendizaje es un elemento clave para el incremento de la motivación.
- Actividades colaborativas y cooperativas: las nuevas tecnologías aumentan las posibilidades de interacción verbal y potencian la cooperación.

También es cierto que el empleo de las nuevas tecnologías presenta riesgos e inconvenientes que opacan el uso óptimo de ellas:

- Pseudoinformación: el acceso a gran cantidad de información no significa estar mejor informado, de ahí la pertinencia de dotar al estudiante de herramientas que le permitan seleccionar información relevante y obviar aquella que tenga fines tendenciosos.
- Saturación de información: el estudiante no dispone de tiempo para reflexionar e interiorizar sobre la información relevante, produciéndose en ocasiones una sobrecarga informativa que impide el aprendizaje. Por ello, la navegación debe ser fácil y enmarcada en la comprensión de los conceptos relevantes frente al exceso de datos.
- Dependencia tecnológica: con el uso de los sistemas informáticos en la educación se le puede otorgar un mayor valor al “saber cómo” que al “saber qué o por qué”, y esto incide negativamente en el valor asignado por el alumno a la construcción de significados y al autoaprendizaje.

### **Plan Nacional de Tecnologías de Información**

El Centro Nacional de Tecnología de Información lleva a cabo el Plan Nacional de Tecnologías de Información, con el que se pretende fomentar el desarrollo a partir de la integración de las TIC en sectores como la enseñanza, salud, medio ambiente, gestión pública y comercio electrónico.

Sus lineamientos estratégicos implican: fomentar la investigación, el desarrollo y la transferencia tecnológica en el ámbito de las tecnologías de la información, crear una base adecuada de capital y talento humano en tecnologías de la información, desarrollar el capital humano requerido para la incorporación adecuada de las TIC en el quehacer nacional, coadyuvar y apoyar la modernización

del Estado mediante el uso intensivo y adecuado de las tecnologías de información en el sector productivo público y privado, promover la democratización de las tecnologías de la información para establecer una sociedad en línea.

Sin embargo, son varias las dificultades para la penetración y aplicación de las TIC:

Cabero (2001) identifica, entre otros, los siguientes obstáculos generales para la introducción de las TIC en el sistema: elevado costo de los equipos, *hardware* y *software* adaptados a contenidos curriculares, escasa formación y disposición de profesores de mayor edad en el uso de las nuevas tecnologías, una cultura escolar tradicionalista y conservadora y la resistencia al cambio.

Los alumnos deben ser protagonistas de su propio aprendizaje, mediante unas competencias tecnológicas-culturales concretas. Según Castillo y Yáñez (2007):

Hay que desarrollar una tecnología educativa crítica con un enfoque sistémico, es decir que entienda la multifactorialidad que da origen a la multidimensionalidad de cada proceso que vive el alumno, que propenda a la formación de alumnos interactivos, con comprensión inteligente de lo que observan, que vayan construyendo su realidad a partir de poderosos conocimientos previos siempre fortalecidos con enfoques integrales de la realidad, e incorporando crítica, reflexiva, apropiada y contextualizadamente las TIC. (Castillo y Yanes, 2007).

### **Producción Editorial**

La producción editorial aborda los procesos que caracterizan el desarrollo cotidiano de la tarea periodística, para generar la identidad del producto final. En la elaboración de proyectos editoriales de publicación continua se toman en cuenta

muchos factores que nacen a partir de una evaluación tanto de quienes la crean como de a quienes va dirigida.

De allí, nacen las características de la publicación: periodicidad, formatos, diseños, lenguajes y recursos gráficos; así como las normas de trabajo que proporcionan una unificación de criterios al momento de la redacción, diagramación y jerarquización de los contenidos: política y línea editorial, declaración de principios, temas y palabras tabú, guía de estilo.

García Núñez (1985) afirma que para la fijación de la identidad de un medio resulta fundamental lo siguiente:

Para alcanzar el objetivo de ser un periódico distinto se diseña un formato, se escoge una tipografía y un nivel gráfico determinado, y se acotan una serie de secciones, sobre las que se desarrolla un proyecto. En ese instante también el estilo —desde el léxico hasta las directrices de puntuación— es sopesado y delimitado por los fundadores de un periódico. (García Núñez, 1985, p. 22 en Foncuberta, 1993, p.110)

A efectos de este informe, se detallarán los conceptos más importantes vinculados a la producción editorial.

### Política editorial

Según A. Campbell (1990), la misión de una empresa es el “vínculo entre estrategias, valores de la organización y valores del empleado” (Campbell, 1990 en Tejada, 1992, p.62). Esta misión permite que la empresa provea un significado y una búsqueda del éxito colectivo que va de la mano con el beneficio individual.

Para Sohn, Ogan y Polich (1992), la misión está vinculada directamente con los objetivos superiores de la organización, sus grandes propósitos y sus valores esenciales. Un equipo que carezca de misión limita sus posibilidades ideológicas y afectivas a una dimensión meramente pragmática.

Un cuerpo de identidad conceptual debe contener la vocación, designio y fundamentos culturales de la organización. Esta identidad se debe codificar de manera que sea comunicable, y esto regulará las relaciones de la empresa con los colectivos a los cuales se dirige.

La política editorial es entonces la declaración pública en la que el medio de comunicación se define a sí mismo, en cuanto a nombre, emblema, lema, tipo de publicación, periodicidad, área de cobertura y temario principal. Es el “conjunto de postulados de carácter ideológico, político y social que rigen la actuación y los procedimientos de un medio de comunicación social en su relación con los poderes instituidos y la sociedad en su totalidad” (Dragnic, 1994, p.225).

De igual modo, manifiesta los principios en los cuales se enmarca el contenido de su publicación. Refleja la misión, visión, valores, el por qué del medio de comunicación, el temario permitido y el temario tabú, la ideología política a la que se suscribe el medio, el tipo de relación que mantiene el medio con la organización madre, la concepción de la actividad periodística, la relación con el entorno, y la finalidad económica y normativa de publicidad si la hay.

La organización madre sería el conjunto organizado de recursos humanos, medios económicos y materiales que comprende una empresa, y que ampara un proyecto determinado en el marco de su filosofía.

Caro (2006) indica la importancia de la organización madre como proveedora de soluciones al consumidor a través de sus productos:

Las empresas son organizaciones que surgen porque son capaces de satisfacer las necesidades del mercado de una forma más eficiente que si no existieran. Los empresarios mediante el reparto óptimo de los recursos materiales, económicos, humanos e intangibles pueden ofrecer bienes y servicios a los hombres y mujeres que les permitan satisfacer sus necesidades y deseos. De no existir las empresas muchos

de esos bienes y servicios no serían accesibles a un gran grupo de consumidores (p.2).

La política editorial permite gerenciar la información y orienta el trabajo de los generadores de contenido para seleccionar los temas que debe o no incluir la publicación. También diferencia a un medio de otro y establece el tipo de relación que tiene cada uno con los grupos de presión y el entorno en general. Es, asimismo, el marco referencial para aceptar o rechazar trabajos de colaboradores externos y facilita la aproximación a temas polémicos.

De la política editorial se derivan las pautas generales en las que se basa un equipo editorial la elaboración para una guía o manual de estilo.

### Diseño editorial

La creación del diseño editorial o estructuración del contenido no sólo sirve para determinar los temas, secciones y objetivos de una publicación, sino que además contribuye a generar patrones, hábitos y constancia en los lectores.

El profesor de la cátedra Producción Editorial, Néstor Luis Garrido (conversación personal, 2008, mayo 02) indica que el diseño editorial es la composición y distribución de los contenidos, tanto en periódicos, como en revistas y libros, para facilitar la búsqueda de información y la comprensión de los textos e imágenes.

Santibañez (1974) señala, por ejemplo, que el éxito de la famosa revista *Time* se debe en gran medida a “la prolija organización de todo el material periodístico en secciones, casi siempre fijas, pero sujetas a cambios y desapariciones” (p.38). Entonces, es recomendable mantener una estructura de contenidos lo más estable posible para facilitar la lectura y la redacción de los mismos.

Para poder realizar un trabajo de diseño editorial de un periódico o revista se toman en cuenta los siguientes elementos:

1. El tema central de toda la publicación
2. Las secciones en que se dividirá
3. La presencia o no de columnas
4. La presencia o no de publicidad

Una vez pensadas las secciones y los nombres que llevarán es recomendable delimitar, por medio de una breve descripción, cuáles serán los temas generales que abordará cada una. Posteriormente, se especifican los géneros periodísticos que son acordes a las secciones, haciendo una distinción entre aquellos recomendados y otros que también puedan tener cabida.

El diseño editorial igualmente contempla la especificación, dentro de cada sección, de la modalidad o enfoque que aplicará, es decir, si se trata de una sección informativa, interpretativa, de opinión; o si no habrá limitaciones y se aplicará cualquier modalidad indistintamente.

Una parte importante del diseño editorial es la de delimitar quién es el responsable de la sección o columna. De esta manera, con la existencia de un organigrama dentro de la organización que ejecuta el proyecto editorial, será sencillo comprender la línea de mando y la distribución de las obligaciones para la ejecución de la publicación.

La periodicidad de las secciones y de las columnas (si es que las hay) debe detallarse para establecer si son o no fijas y cada cuánto tiempo se actualizan los contenidos. Asimismo, el diseño editorial requiere una planificación profunda para poder determinar cuáles páginas corresponderán a cada sección, es decir el número de páginas con las que cuenta. A efectos de una publicación digital el número de páginas

se expresa en cambio en número de informaciones y cantidad de caracteres máximos y mínimos. La ubicación de la publicidad, también deberá especificarse.

### Guía o manual de estilo

En la introducción del Manual de Estilo del Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa (1993), se plantea que el compendio de patrones estilísticos funciona “para facilitar una pauta unificadora, sobre todo en materia de lenguaje, a los periodistas americanos de habla española, y agrupar ordenadamente un conjunto de nociones generales y reglas no escritas que regulen el trabajo profesional de los periodistas” (Martínez y Santamaría, 1993, p.9).

Para Fontcuberta los libros de estilo “son un conjunto de normas lingüísticas y estilísticas de las que se dota un medio para producir mensajes más coherentes, más eficaces y más correctos” (Fontcuberta, 1993, p. 108)

Es importante destacar que los manuales de estilo tienen normas que son vinculantes para todos los redactores de un equipo editorial; por el contrario, las guías de estilo contienen recomendaciones sistematizadas para orientar los usos expresivos en un medio de comunicación.

A efectos de este trabajo, la guía de estilo desarrollará los términos permitidos o no, definirá los géneros periodísticos utilizados y su abordaje, la cobertura temática, la titulación, la extensión de los textos, la atribución de las fuentes, tipos de fuentes, tratamiento de la información, uso de encuestas, uso de siglas, numeración, el uso de mayúsculas y palabras mal sonantes.

Finalmente, la guía de estilo contendrá el elemento grafemático que orientará en relación a las fuentes tipográficas, negritas, cursivas, subrayados y tratamiento de los nombres en segunda oportunidad. Asimismo, se explicitarán las normas de

protocolo que pautan la legitimación de las fuentes, sinonimia, pesos y medidas, abreviaturas, símbolos y gentilicios.

### Guía o manual de procedimientos

La profesora de la Cátedra Gerencia de Empresas de Comunicación Social, Tiziana Polesel (conversación personal, 2008, abril 04) señala que, como todo manual, el de procedimientos es la consecución de pasos y acciones que se deben llevar a cabo para obtener un determinado producto. Agrega también que las guías o manuales de procedimiento atienden a la necesidad de las organizaciones de contar con un documento de fácil asimilación que contenga lo más sustancial sobre determinado tema.

A efectos de este trabajo, al manual de procedimientos se le denominará guía, puesto que la explicación que se realizará del mismo será bastante general y sencilla a razón de las características y verdaderos requerimientos del proyecto *Prensa Estudiantil*.

La guía de procedimientos se basa en el organigrama. Este es la representación esquemática de la jerarquía de los miembros de una organización o la distribución por departamentos de la misma (Polesel, T, Material de apoyo de la Cátedra de Gerencia de Empresas de Comunicación Social. Unidad II, UCAB, 2008, p.2). Una vez se tiene noción de dicha estructura, es crucial realizar una descripción de los cargos que ejerce el personal, tomando en cuenta los objetivos, requerimientos, destrezas, funciones y responsabilidades.

Con ese preámbulo se podrá realizar una tabla que defina los pasos, acciones y responsables que servirán para llegar a la meta. Los pasos son la sucesión temporal, es decir, la indicación en horas, días, semanas, meses, años, etc. en los que se ejecutará determinada acción. La acción se refiere a las tareas concretas y se

especifica con un verbo. Finalmente, el responsable es aquel que se encargará de realizar la acción en el lapso establecido.

Las guías de procedimientos son útiles tanto para la consulta de los que trabajan en la organización, como para la capacitación de nuevos miembros, pues da una visión panorámica de las obligaciones y delimita las funciones de cada quien, a la vez que aumenta la eficiencia y coordinación de las actividades.

## Marco legal

Para poder realizar y difundir una publicación que garantice una práctica de las comunicaciones apropiada y ajustada a los derechos y deberes de los niños y adolescentes se plantean a continuación las bases legales sobre las que se erigen las publicaciones de *Prensa Estudiantil*, un proyecto dual que no sólo es creado por adolescentes sino leído por ellos y centrado a sus propios intereses.

El eje que ha guiado la selección de los instrumentos legales y sus artículos es la relación de los mismos con el tema del derecho a la comunicación, la libertad de expresión y el libre acceso a la información. Siempre entendida como una libertad que no debe atentar contra valores como la moral, la convivencia, la igualdad y la tolerancia.

Igualmente el siguiente marco legal se convierte en el sustento adecuado para promocionar la solución de conflictos por medio de una comunicación responsable. Todo esto sin dejar atrás que el acceso a la información de calidad, especialmente en el caso de niños y adolescentes, es una fuente de formación alternativa que enriquece la visión del mundo e incentiva un pensamiento más crítico.

Vale destacar que las limitaciones para quienes ejerzan una práctica comunicativa en *Prensa Estudiantil* quedan también circunscritas en este marco legal. Entendiéndose limitaciones como la obligatoriedad de cumplimiento de aquellas normas que prohíben la afectación del orden público, la incitación al odio, violencia, guerra, intolerancia religiosa y discriminación de cualquier tipo.

Las referencias fundamentales tanto nacionales como internacionales son: la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CN), la Convención sobre los derechos del niño, la Declaración Universal de los derechos Humanos, la Convención Americana de Derechos Humanos, la Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA), la Ley Orgánica de Educación y cualquier

reglamento interno de las instituciones educativas que resguarde el rendimiento de los estudiantes que participan y vele por sus beneficios académicos y personales.

### Libertad de Expresión

“Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura”, asegura el artículo 57 de la CN. Asimismo, indica que quien haga uso de este derecho asume responsabilidad plena por todo lo expresado.

La Convención Americana de Derechos Humanos, en su artículo 13, desarrolla el ejercicio de este derecho:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o

b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

La Convención sobre los Derechos del Niño (art. 13) establece: “el niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño”.

Reiterando estas disposiciones, la LOPNA (art. 67) señala el derecho a la libertad de expresión para los menores de edad, incluyendo la inaplicabilidad de la censura previa: “Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresar libremente su opinión y a difundir ideas, imágenes e informaciones de todo tipo, sin censura previa, ya sea oralmente, por escrito, en forma artística o por cualquier otro medio de su elección sin más límites que los establecidos en la ley para la protección de sus derechos, los derechos de las demás personas y el orden público”.

### Limitaciones

Según el artículo 58 de la CN, la comunicación es libre y plural, tomando en cuenta los deberes y responsabilidades que indique la ley. En ese sentido, no se permite en Venezuela y en el marco del ejercicio de este derecho: el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa.

La Convención Americana de Derechos Humanos (art. 13, inciso 4 y 5) indica al respecto:

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de

personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

La Convención sobre los Derechos del Niño (art. 13, inciso 2) dispone restricciones en la medida de que el libre ejercicio de la libertad de expresión afecte el respeto de los derechos o la reputación de los demás, para salvaguardar la seguridad nacional o el orden público, y para proteger la salud o la moral públicas.

#### Derecho a opinar y a ser oído

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (art. 19) establece: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Según la Convención Americana sobre los Derechos del Niño (art. 12)

1. Los Estados Partes garantizarán al niño que esté en condiciones de formarse un juicio propio el derecho de expresar su opinión libremente en todos los asuntos que afectan al niño, teniéndose debidamente en cuenta las opiniones del niño, en función de la edad y madurez del niño.

2. Con tal fin, se dará en particular al niño oportunidad de ser escuchado, en todo procedimiento judicial o administrativo que afecte al niño, ya sea directamente o por medio de un representante o de un órgano apropiado, en consonancia con las normas de procedimiento de la ley nacional.

Todos los niños, niñas y adolescentes, según la LOPNA (art. 80), poseen los siguientes derechos:

- Expresar libremente su opinión en los asuntos en que tengan interés.

- Que sus opiniones sean tomadas en cuenta en función de su desarrollo.

Este derecho se extiende a todos los ámbitos en que se desenvuelven los niños, niñas y adolescentes, entre ellos: al ámbito estatal, familiar, comunitario, social, escolar, científico, cultural, deportivo y recreacional.

Parágrafo Primero: Se garantiza a todos los niños, niñas y adolescentes el ejercicio personal y directo de este derecho, especialmente en todo procedimiento administrativo o judicial que conduzca a una decisión que afecte sus derechos, garantías e intereses, sin más límites que los derivados de su interés superior.

Parágrafo Segundo: En los procedimientos administrativos o judiciales, la comparecencia del niño, niña o adolescente se realizará de la forma más adecuada a su situación personal y desarrollo. En los casos de niños, niñas y adolescentes con necesidades especiales o discapacidad se debe garantizar la asistencia de personas que, por su profesión o relación especial de confianza, puedan transmitir objetivamente su opinión.

Parágrafo Tercero: Cuando el ejercicio personal de este derecho no resulte conveniente al interés superior del niño, niña o adolescente, éste se ejercerá por medio de su padre, madre, representantes o responsables, siempre que no sean parte interesada ni tengan intereses contrapuestos a los del niño, niña o adolescente, o a través de otras personas que, por su profesión o relación especial de confianza puedan transmitir objetivamente su opinión.

Parágrafo Cuarto: La opinión del niño, niña o adolescente sólo será vinculante cuando la ley así lo establezca. Nadie puede constreñir a los niños, niñas y adolescentes a expresar su opinión, especialmente en los procedimientos administrativos y judiciales.

### Derecho y libre acceso a la información

En el marco de la comunicación libre y plural, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (art. 58) consagra el derecho a la “información oportuna, veraz e imparcial, sin censura”, así como a la réplica y rectificación cuando se produzcan informaciones inexactas o agraviantes.

La Carta Magna subraya especialmente este derecho para los venezolanos menores de edad: “Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral”.

El artículo 68 de la Ley Orgánica de Protección al Niño y al Adolescente explicita su ejercicio:

Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir, buscar y utilizar todo tipo de información que sea acorde con su desarrollo y a seleccionar libremente el medio y la información a recibir, sin más límites que los establecidos en la ley y los derivados de las facultades legales que corresponden a su padre, madre, representantes o responsables.

Parágrafo Primero: El Estado, la sociedad y el padre, la madre, representantes o responsables tienen la obligación de asegurar que los niños, niñas y adolescentes reciban información veraz, plural y adecuada a su desarrollo.

Parágrafo Segundo: El Estado debe garantizar el acceso de todos los niños y adolescentes a servicios públicos de información, documentación, bibliotecas o demás servicios similares que satisfagan las diferentes necesidades informativas de los niños, niñas y adolescentes, entre ellas, las culturales, científicas, artísticas, recreacionales y deportivas. El servicio de bibliotecas públicas es gratuito.

Respecto al libre acceso a la información en general, el artículo 28 de la Constitución indica: “Toda persona tiene el derecho de acceder a la información y a los datos que sobre sí misma o sobre sus bienes consten en registros oficiales o privados, con las excepciones que establezca la ley”.

Se vela por el libre acceso a documentos de cualquier naturaleza que contengan información cuyo conocimiento sea de interés para comunidades o grupos de personas, y también queda a salvo el secreto de las fuentes de información periodística.

### Limitaciones

El artículo 75 (LOPNA) se refiere a las informaciones e imágenes prohibidas en medios dirigidos a niños, niñas y adolescentes. Los soportes impresos o audiovisuales, libros, publicaciones, videos, ilustraciones, fotografías, lecturas y crónicas dirigidos a niños, niñas y adolescentes no podrán contener informaciones e imágenes que promuevan o inciten a la violencia, o al uso de armas, tabaco o sustancias alcohólicas, estupefacientes o psicotrópicas.

Asimismo, la Ley Orgánica de Educación (art. 13) prohíbe en las instituciones educativas públicas dependientes del Ministerio de Educación y Deportes, Ministerios Públicos, Gobernaciones, Alcaldías, Institutos Autónomos, demás órganos del Estado Venezolano, e Instituciones Educativas privadas, la publicación y la divulgación de programas, mensajes, publicidad, propaganda, promociones de cualquier índole, a través de medios impresos, audiovisuales u otros, que inciten al odio, la agresividad, la intolerancia, la deformación del lenguaje; que atenten contra los valores, la moral, la ética, las buenas costumbres, la convivencia humana, la disciplina, los derechos humanos y el respeto a los derechos de los pueblos indígenas; que promuevan el terror, las discriminaciones de cualquier tipo, el deterioro del medio ambiente y el socavamiento de los principios democráticos, de soberanía e identidad local, regional y nacional.

### Libertad de pensamiento, conciencia y religión

La Convención Americana sobre los Derechos del Niño (art. 14), establece lo siguiente para los países que han ratificado dichas disposiciones:

1. Los Estados Partes respetarán el derecho del niño a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.
2. Los Estados Partes respetarán los derechos y deberes de los padres y, en su caso, de los representantes legales, de

guiar al niño en el ejercicio de su derecho de modo conforme a la evolución de sus facultades.

3. La libertad de profesar la propia religión o las propias creencias estará sujeta únicamente a las limitaciones prescritas por la ley que sean necesarias para proteger la seguridad, el orden, la moral o la salud públicos o los derechos y libertades fundamentales de los demás.

### Libertad de asociación

En la Convención Americana sobre los Derechos del Niño (art. 15), los Estados Partes reconocen los derechos del niño a la libertad de asociación y a la libertad de celebrar reuniones pacíficas.

El inciso 2 de este artículo señala: “No se impondrán restricciones al ejercicio de estos derechos distintas de las establecidas de conformidad con la ley y que sean necesarias en una sociedad democrática, en interés de la seguridad nacional o pública, el orden público, la protección de la salud y la moral públicas o la protección de los derechos y libertades de los demás”.

### Derecho al honor, reputación, propia imagen, vida privada e intimidad familiar

La Constitución, en su artículo 48, garantiza el secreto e inviolabilidad de las comunicaciones privadas en todas sus formas. No podrán ser interferidas sino por orden de un tribunal competente, con el cumplimiento de las disposiciones legales y preservándose el secreto de lo privado que no guarde relación con el correspondiente proceso.

La Convención Americana sobre los Derechos del Niño (art. 16), indica:

1. Ningún niño será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia ni de ataques ilegales a su honra y a su reputación.

2. El niño tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o ataques.

El artículo 65 de la LOPNA señala que todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho al honor, reputación y propia imagen. De igual manera, se consagra su derecho a la vida privada e intimidad de la vida familiar. Estos derechos no pueden ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales.

Los párrafos del artículo 65 explican los alcances de este derecho:

Parágrafo Primero: Se prohíbe exponer o divulgar, a través de cualquier medio, la imagen de los niños, niñas y adolescentes contra su voluntad o la de su padre, madre, representantes o responsables. Asimismo, se prohíbe exponer o divulgar datos, imágenes o informaciones, a través de cualquier medio, que lesionen el honor o la reputación de los niños, niñas y adolescentes o que constituyan injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada o intimidad familiar.

Parágrafo Segundo: Está prohibido exponer o divulgar, por cualquier medio, datos, informaciones o imágenes que permitan identificar, directa o indirectamente, a los niños, niñas y adolescentes que hayan sido sujetos activos o pasivos de hechos punibles, salvo autorización judicial fundada en razones de seguridad u orden público.

### Educación crítica para medios de comunicación

La Convención sobre los Derechos del Niño (art. 17), establece:

Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el

niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes:

a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;

b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;

c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;

d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;

e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.

El artículo 69 de la LOPNA indica: “el Estado debe garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes educación dirigida a prepararlos y formarlos para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada a su desarrollo”.

Esto incluye la inclusión a los planes educativos y a las asignaturas obligatorias de la educación crítica para los medios de comunicación, y la garantía por parte del Estado junto a la sociedad de programas que promuevan la educación crítica.

## MARCO METODOLÓGICO

### Formulación del problema

¿Cómo establecer un sistema editorial de prensa estudiantil digital que sirva de ejemplo para los adolescentes beneficiarios del proyecto y que funcione en la empresa como un modelo para futuras producciones editoriales del mismo ámbito?

### Modalidad

El proyecto se enmarca dentro de la modalidad pasantía. El informe dará cuenta con detalle de la ejecución de la producción editorial y servirá como punto de partida para experiencias similares dentro de la empresa *Ip-network*. En *el Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*, del Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2003) se define a las memorias de pasantía del siguiente modo:

Son el resultado de una actividad de práctica profesional en roles y contextos organizacionales y sobre situaciones reales, bajo la supervisión del Instituto. Están sustentadas en los procesos de: observación, acopio y registro de información; análisis reflexivo y crítico sobre la realidad y los problemas confrontados, así como también, sobre la propia actuación del estudiante; interpretación y síntesis de las experiencias a luz del conocimiento teórico adquirido en el subprograma correspondiente; y la visualización de acciones para contribuir a la solución de problemas y al mejoramiento cualitativo de la práctica en sus procesos y resultados. (p.19)

### Delimitación

El ingeniero Gabriel Salas, presidente de *Ip-network* y tutor empresarial de este trabajo de grado, detectó la necesidad de la empresa de contar con una política editorial, guía de estilo, diseño editorial, lineamientos gráficos y manual de

procedimiento, que constituyan la base para un sistema editorial de prensa estudiantil digital que sea sostenible en el tiempo. A partir de allí se generó un plan estratégico para llevar a cabo las asignaciones de la pasantía desde junio 2007 hasta junio 2008.

La implementación del proyecto piloto se circunscribe a aquellos alumnos caraqueños que cursen primero y segundo año de Diversificado, en Ciencias o Humanidades, durante el año escolar 2007-2008, sin distinción alguna de género, pertenecientes a los liceos y colegios de Caracas inscritos en el Ministerio del Poder Popular para la Educación.

### **Objetivo general**

Crear un sistema editorial de prensa estudiantil digital para la empresa *Ip-network* y su marca *Aldea* que puedan implementar estudiantes del Ciclo Diversificado de instituciones educativas caraqueñas.

### **Objetivos específicos**

- Explorar entre un número de expertos en materia educativa qué aspectos constituyen al periodismo estudiantil y cómo se pueden adaptar a un soporte digital.
- Determinar la política editorial que servirá como ideario del proyecto.
- Estructurar el diseño editorial que oriente a los estudiantes en la construcción de las secciones y los temas.
- Elaborar una guía de estilo que unifique los criterios de escritura en las publicaciones estudiantiles.
- Redactar una guía de procedimientos acorde a las necesidades y exigencias de los escolares.
- Generar ciertos lineamientos gráficos coherentes con la identidad fotográfica, cromática, emblemática y tipográfica del portal [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve).

- Desarrollar un temario de talleres de capacitación periodística que promuevan la formación integral de cada equipo.
- Implementar el sistema editorial que incluye política editorial, diseño editorial, guía de estilo y guía de procedimiento como proyecto piloto aplicado a cinco instituciones educativas durante el año académico 2007-2008.

### **Factibilidad**

La empresa *Ip-network* proporcionó la plataforma digital en donde se alojan los periódicos estudiantiles, así como los recursos económicos para costear el esfuerzo y el tiempo de quienes se encargan del proyecto.

La labor resultó factible gracias a la disponibilidad económica, técnica, humana y comunicacional de la organización madre. Los contactos establecidos por la empresa con los distintos liceos y colegios facilitaron el acercamiento a los adolescentes para crear una producción editorial acorde a sus necesidades.

### **Tipo de investigación**

#### Diseño bibliográfico

En principio se realizó una investigación de tipo documental que de acuerdo con el *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*, del Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2003) se trata del “estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos” (p.15).

Se hizo un arqueo de fuentes digitales para una primera aproximación a la bibliografía y demás trabajos relacionados.

Luego se acudió a las principales bibliotecas de Caracas para encontrar material relacionado con varios aspectos del periodismo escolar y estudiantil, entre las cuales se visitaron la de las universidades Católica Andrés Bello, Simón Bolívar y Central de Venezuela. También se acudió a la Hemeroteca Nacional y al Centro de Investigación de la Comunicación – UCAB.

En la visita a la Hemeroteca Nacional efectuada el 5 de mayo de 2008 se revisaron varios periódicos como *El Esfuerzo Juvenil*, *El Comején*, *Surcos* y *El Estudiante*, en sus ediciones comprendidas entre 1924 y 1943.

Las consultas estuvieron basadas en varios libros, buscadores web o directamente en páginas especializadas, tesis de grado y material hemerográfico, con el objeto de revisar antecedentes e ideas principales que han desarrollado autores expertos en periodismo escolar, producción editorial y tecnologías de información y comunicación (TIC), para poder crear un marco referencial acorde con los antecedentes y nuevas tendencias de estas materias. Asimismo sirvieron para comparar modelos de periodismo escolar ya implementados tanto en Venezuela como en otros países.

En el área de las TIC se revisó el artículo en línea *Ambientes virtuales de aprendizaje, currícula y modelos pedagógicos*, incluido en un portal de aprendizaje digital o *e-learning*, así como el *Plan Nacional de Tecnologías de Información* accesible en la web por medio de la página del Ministerio del Poder Popular para la Ciencia y la Tecnología. Por otra parte, en materia de comunicación para el desarrollo, se consultaron los archivos en línea de la página web de Banco Mundial de los cuales se tomaron algunos conceptos para comprender integralmente las aristas que abarca el proyecto.

Algunas de las fuentes sirvieron tan sólo para ubicarse en el contexto del público adolescente y las características de las producciones editoriales digitales, mientras que otras se estudiaron con mayor profundidad y contribuyeron a generar el corpus conceptual, como es el caso del *Manual de periodismo escolar* de Luis García y Xiomara Rojas, quienes sistematizaron el proceso de construcción de periódicos para ser creados por alumnos. Asimismo, el portal colombiano Eduteka, sirvió para orientar el uso y abordaje de las TIC en el sistema educativo de los jóvenes. Igualmente se revisó la página web de la Revista Latinoamericana de Desarrollo Humano que forma parte del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. En ella se encontró el *Informe sobre desarrollo humano en Venezuela* del año 2002 que sirvió para comprender de qué modo el empleo de las TIC puede favorecer al mejoramiento social.

En la búsqueda de autores se destacó el mayor estudioso y promotor del periodismo escolar en Venezuela, Jesús Rosas Marcano y su libro *El periódico en la escuela y desde la escuela*, que recoge las experiencias en distintos institutos educativos del país, así como una serie de reflexiones acerca de las ventajas de implementar iniciativas reporteriles en los alumnos, para motivarlos y promover su pensamiento crítico. Este libro condujo inmediatamente a consultar a Celestin Freinet, francés creador y propulsor del periodismo escolar que ha servido como referencia mundial, especialmente para abordar el concepto de “texto libre”, donde los alumnos plasman lo que sienten pero dirigiéndolo a sus compañeros, de manera tal que sus pares puedan también considerarlo interesante. Específicamente el libro que se leyó de este autor fue *El texto libre: el periódico escolar*.

Tomando en cuenta el soporte digital en donde se publican los periódicos digitales, se consultaron referencias electrónicas relativas al tema como *Las Nuevas Tecnologías en la Sociedad de la Información. Nuevas tecnologías aplicadas a la Educación* (Cabero, 2007), *El Impacto de las TIC, iniciativas y recursos tecnológicos venezolanos* (en la edición número 213 de la revista *Comunicación y*

*Pedagogía*) y el *Plan Nacional de Tecnologías de Información* (del ministerio del Poder Popular para la Ciencia y la Tecnología).

También se leyó parte de la tesis de Daniel Domínguez creada en 2004 dentro de la Universidad Católica Andrés Bello bajo el nombre *Las revistas juveniles y sus públicos: Los casos de Tú y Bravísimo*. De aquí se consultaron los marcos teórico y conceptual por estar relacionados directamente con la conducta y psicología del adolescente, así como el uso que estos dan a los medios de comunicación. Asimismo, se revisó la tesis de Gonzalo Guada Ecarri, denominada *Perfil psicosociográfico de estudiantes de nivel básico y media, entre 13 y 19 años, de ambos sexos, de colegios privados y públicos del área metropolitana*, puesto que es uno de los pocos estudios en Venezuela que se enfoca en los intereses y motivaciones de lectura en el público escolar adolescente caraqueño. Esto sirvió para producir un diseño editorial acorde a las motivaciones del público meta de *Prensa Estudiantil*.

Asimismo, la consulta de libros de estilo de autores como Castro y Feijóo, Martínez y Santamaría, Franco y Grijelmo fue esencial para realizar la guía de estilo de *Prensa Estudiantil* y el temario de varios talleres.

En todo trabajo de investigación los antecedentes forman parte importante, de allí que se examinaran trabajos de grado relacionados con el tema de periodismo estudiantil. Luz Coromoto García presentó en la Universidad Católica Andrés Bello una investigación denominada *El periodismo en el liceo* que brinda detalle de la sucesión de periódicos estudiantiles de institutos caraqueños de los que se conoce muy poco y un análisis de contenidos de ciertos ejemplares. Con este material fue posible tener en cuenta cuáles iniciativas de periodismo estudiantil se destacaron en Caracas y cuáles luego de pocos números dejaron de publicarse.

En el archivo de la Biblioteca Central de la UCV existen dos tesis vinculadas con la materia: *El periodismo impreso escolar en la escuela pública caraqueña*.

*Situación actual* de Carlos Parra Rangel y otra llamada *Manual de periodismo estudiantil y comunitario* cuyo autor es Manuel Antonio Guzmán Hernández. El trabajo de grado de Parra Rangel está extraviado, y la tesis de Guzmán Hernández brinda referencias muy generales, por lo que no fueron de importancia para la redacción de este trabajo, sirvieron más bien como una referencia del reciente abordaje del periodismo estudiantil en Venezuela.

Es importante destacar que no sólo los trabajos de grado, sino varios de los libros leídos completamente sirvieron de conexión a otras fuentes, bien sea por su bibliografía o por alguna mención de autores y temas vinculados dentro del propio texto. Una vez leídos los materiales, se realizó una lista y de los más importantes se realizaron resúmenes que se tradujeron luego en fichas ordenadas temáticamente para facilitar las consultas posteriores y la redacción del trabajo. El procesamiento del material estuvo basado en la competencia de los autores, en la sencillez del lenguaje de los textos para definir conceptos e ideas y en la cercanía de la información a la consecución de los objetivos generales y específicos contemplados en este proyecto.

También se consultaron varias leyes para elaborar el marco legal, entre ellas la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Convención Interamericana de los Derechos Humanos, Convención de los Derechos del Niño, Ley Orgánica de Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA) y la Ley de Educación. Los artículos vinculados con la libertad de expresión y los derechos y deberes que tienen aquellos que ejercen la comunicación a través de un medio masivo tuvieron prioridad en el análisis.

### Metodología de Campo

El *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*, del Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2003) define a la investigación de campo como:

El análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. (p.14)

En esta investigación se implementó la metodología de campo para ajustarla al contexto empresarial y especialmente a las tendencias más recientes de los temas que aborda. Se llevó a cabo una investigación de carácter exploratorio y reflexivo-crítico. En primer orden se trató de establecer un panorama general sobre producciones pasadas y actuales de periodismo escolar y estudiantil venezolano, para luego realizar, a través de entrevistas a fuentes primarias, un análisis que derivara en una creación propia adecuada a la marca *Aldea*.

### Entrevistas a expertos

El objeto de las entrevistas a expertos fue, en primer lugar, explorar la factibilidad de elaborar un sistema de prensa estudiantil digital en el que adolescentes caraqueños entre dieciséis y dieciocho años estén dispuestos a participar.

Cumpliendo el primero de los objetivos específicos de este trabajo, cada uno de los especialistas respondió una serie de preguntas adecuadas a su área de experticia, a fin de que sugirieran pautas de trabajo para perfeccionar el dispositivo que será la unidad básica de publicación para el sistema editorial de prensa estudiantil digital.

La empresa *Ip-network* a través de su marca *Aldea* ha diseñado una sección piloto disponible en <http://www.aldea.net.ve/pestudiantil> que desea ajustar a las tendencias digitales, editoriales y juveniles del contexto venezolano.

En ese sentido, se pretendió cubrir las siguientes aristas:

- Periodismo escolar en Venezuela
- Producción editorial
- Tecnología de información y comunicación (TIC)
- Pedagogía del quehacer periodístico
- Marco legal

### Entrevistados

Seleccionados en su mayoría por sus competencias académicas y profesionales en el módulo a desarrollar. El lugar de realización de la entrevista dependió de lo acordado con los expertos, siempre dando preferencia al sitio elegido por ellos. Se registraron las entrevistas a través de apuntes que sirvieron como marco de referencia para estructurar y perfeccionar el proyecto.

### **Lisette Poggioli**

Directora del posgrado en Educación: Mención Procesos de Aprendizaje

- **Módulo:** Pedagogía del quehacer periodístico
- **Fecha:** 25 de noviembre de 2007
- **Duración:** 30 minutos
- **Lugar:** Dirección de posgrado en la Universidad Católica Andrés Bello
- **Contacto:** [lpoggiol@ucab.edu.ve](mailto:lpoggiol@ucab.edu.ve)

Se entrevistó a la profesora Poggioli para indagar en los procesos de aprendizaje que propicia el periodismo escolar digital.

### **Daniel Domínguez**

Licenciado en Comunicación Social y profesor de la cátedra Periodismo I.

- **Módulo:** Producción editorial

- **Fecha:** 28 de noviembre de 2007
- **Duración:** 45 minutos
- **Lugar:** Cafetín Pasta Nostra de la Universidad Católica Andrés Bello
- **Contacto:** [danieldominguez19@gmail.com](mailto:danieldominguez19@gmail.com)

Se consultó al profesor Domínguez ya que su tesis de pregrado estuvo dirigida al análisis de las revistas juveniles *Tú y Bravísimo*.

### **Jeaneth Fernández**

Coordinadora del Centro de Tecnología Educativa de la Universidad Católica Andrés Bello.

- **Módulo:** Tecnologías de información y comunicación
- **Fecha:** 5 de diciembre de 2007
- **Duración:** 30 minutos
- **Lugar:** Centro de Tecnología Educativa de la Universidad Católica Andrés Bello
- **Contacto:** [jfernand@ucab.edu.ve](mailto:jfernand@ucab.edu.ve)

Se entrevistó a la profesora Fernández para establecer qué área de las TIC es pertinente estudiar, desarrollar y aplicar a efectos de este trabajo.

### **Fernando Núñez Noda**

- **Módulo:** Tecnologías de información y comunicación
- **Fecha:** 31 de enero de 2008
- **Duración:** 120 minutos
- **Lugar:** Panadería Diana, Colinas de Bello Monte
- **Contacto:** [fnunez@contenidodigital.com](mailto:fnunez@contenidodigital.com)

Se entrevistó al profesor Núñez con el objeto de evaluar la eficiencia de la interfaz de la sección piloto de *Prensa Estudiantil*, alojada en el portal la marca *Aldea*, de la empresa *Ip-network*.

### **Serenella Rosas**

Licenciada en Comunicación Social. Hija del profesor y periodista Jesús Rosas Marcano, principal exponente y propulsor del periodismo escolar en Venezuela.

- **Módulo:** Periodismo escolar en Venezuela
- **Fecha:** 1 de febrero de 2008
- **Duración:** 60 minutos
- **Lugar:** Restaurant La Factoría del Enano, Colinas de Bello Monte
- **Contacto:** [fundarosasmarcano@cantv.net](mailto:fundarosasmarcano@cantv.net)

Se entrevistó a la licenciada Rosas Marcano por su contacto con personas involucradas en el periodismo escolar venezolano, tanto en instituciones públicas como en privadas, dado su nexos familiar con el profesor Jesús Rosas Marcano.

### **Yamila Sánchez**

Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello y coordinadora regional (Nueva Esparta) del IV Concurso de Periodismo Escolar “Jesús Rosas Marcano” en el año 2006.

- **Módulo:** Periodismo escolar en Venezuela
- **Fecha:** 25 de febrero de 2008
- **Duración:** 80 minutos
- **Lugar:** Cafetín principal de la Universidad Católica Andrés Bello
- **Contacto:** 0416.2967171

Se entrevistó a Yamila Sánchez por su experiencia en la dinámica que emplea el Ministerio del Poder Popular para la Educación y el Deporte en relación a la difusión del periodismo escolar en Venezuela.

### **Luz Coromoto García**

Licenciada en Comunicación Social y educadora. Autora de la tesis *Periodismo en el Liceo* de la Universidad Católica Andrés Bello.

- **Módulo:** Periodismo escolar en Venezuela

- **Fecha:** 28 de febrero de 2008
- **Duración:** 45 minutos
- **Lugar:** Patronato San José de Tarbes, Los Caobos
- **Contacto:** [luzgarciam53@yahoo.com](mailto:luzgarciam53@yahoo.com)

Se consultó a Luz Coromoto García con el objetivo de conocer sobre la metodología que llevó a cabo para realizar la tesis *Periodismo en el Liceo*, así como para escuchar el relato de su experiencia con el experto en periodismo escolar, Jesús Rosas Marcano, quien fue su tutor.

### **Luis García**

Periodista egresado de la Universidad Central de Venezuela. Autor del *Manual de periodismo escolar (2005)* y director nacional del Programa de Periodismo Escolar del Ministerio del Poder Popular para la Educación.

- **Módulo:** Periodismo escolar en Venezuela
- **Fecha:** 28 de febrero de 2008 y 5 de mayo de 2008
- **Duración:** 90 minutos
- **Lugar:** Ministerio del Poder Popular para la Educación
- **Contacto:** 0416.8226771

Se entrevistó al periodista Luis García para conocer los mecanismos de promoción del periodismo escolar y los aportes y efectos que hasta el momento ha creado el Programa Nacional del Ministerio. En la segunda oportunidad se planteó la vigencia o no del texto libre, las ventajas del periodismo digital en términos de alcance, disminución de costos, necesidades cambiantes y adaptabilidad del mensaje a los nuevos tiempos.

### **Tiziana Polese**

Licenciada en Comunicación Social egresada de la Universidad Católica Andrés Bello y directora de la misma escuela. Profesora de la cátedra Gerencia de Medios de Comunicación.

- **Módulo:** Producción editorial
- **Fecha:** 10 de abril de 2008
- **Duración:** 30 minutos
- **Lugar:** UCAB (Escuela de Comunicación Social)
- **Contacto:** tpolesel@ucab.edu.ve

Se habló sobre aquello que contempla un manual de procedimientos en una empresa y se definieron conceptos relacionados con el tema. En función de ello la profesora recomendó darle al manual el calificativo de guía por la complejidad que requiere realizarlo y la falta de experiencia que se tiene en su ejecución.

Los contenidos que se acordaron colocar en la guía de procedimientos, a efectos de la tesis, fueron:

1. El organigrama
2. La descripción de cargos y tareas
3. La tabla con los procedimientos que comprende: pasos, acciones y responsables.

### **Néstor Luis Garrido**

Tutor académico

- **Módulo:** Producción editorial
- **Fecha:** 25 de abril y 02 de mayo de 2008
- **Duración:** 60 minutos cada asesoría
- **Lugar:** Laboratorio UCAB
- **Contacto:** [nhessofu@yahoo.com](mailto:nhessofu@yahoo.com)

En las entrevistas se aclararon dudas sobre cómo estructurar el sistema editorial que contempla la política y el diseño editorial, la guía de estilo, los lineamientos gráficos, el organigrama y quiénes deben estar presentes en él y el

marco legal. Asimismo se completaron algunos elementos claves en las descripciones de cargo que contempla la guía de procedimientos.

### **Irene Ochoa**

Gerente de producto de Aldea

- **Módulo:** Producción editorial
- **Fecha:** 25 de abril de 2008
- **Duración:** 60 minutos
- **Lugar:** Oficinas de IP-NET, departamento Aldea.net
- **Contacto:** [irene.ochoa@ip-network.net](mailto:irene.ochoa@ip-network.net)

Se contextualizó el proyecto Prensa Estudiantil en el marco de la misión y visión de Aldea.net y se revisó el tipo de relación que mantiene con la organización madre y con los subproductos que lo acompañan en el organigrama.

### **Oscar Misle**

Director de CECODAP (organización que vela por los derechos de la niñez y la adolescencia).

- **Módulo:** Marco legal
- **Fecha:** 10 de marzo de 2008
- **Duración:** 120 minutos
- **Lugar:** Oficinas de CECODAP
- **Contacto:**

Se hicieron algunas recomendaciones para el manual de procedimientos, se ajustó el proyecto con todo lo que contempla la Ley Orgánica de Protección al Niño y al Adolescente y la Convención Internacional de los Derechos del Niño, se recomendó la utilización del lenguaje de géneros, los temas permitidos y prohibidos, y se presentó el proyecto Niños y Niñas Comunicadores.

Las preguntas atienden a las competencias de determinados entrevistados y no a un cuestionario común, ya que las áreas temáticas implican distintas especializaciones.

A todos los entrevistados pertenecientes a un mismo módulo de conocimiento, les fueron realizadas las mismas preguntas. Sin embargo, algunas preguntas tienen cabida en dos o más áreas temáticas.

### Preguntas organizadas por módulo

#### Periodismo Escolar en Venezuela

- ¿Qué características tenían los principales encartados escolares?
- ¿Cuál es el valor del periodismo escolar en el desarrollo personal del estudiante que se involucra?
- ¿Cuáles dificultades encontraron los propulsores del periodismo escolar para ejercerlo en el contexto venezolano?
- ¿Cómo fortalecen los estudiantes sus vínculos con la comunidad?
- ¿Qué publicaciones caraqueñas de periodismo escolar están actualmente más desarrolladas?
- ¿Qué determinó, a su juicio, que una publicación escolar o estudiantil durase más que otra?
- ¿Está el adolescente de hoy preparado para ser no sólo lector, sino autor de estas publicaciones?

#### Producción editorial

- ¿Cómo es el perfil del adolescente venezolano que lee publicaciones juveniles?
- ¿Cuál es el balance de las producciones editoriales juveniles en Venezuela?

- ¿Está el adolescente de hoy preparado para ser no sólo lector, sino autor de estas publicaciones?
- ¿Cómo se logra satisfacer, a través de una publicación digital, las necesidades de los adolescentes?
- ¿Cuáles pautas resultan indispensables de incluir en el manual de procedimiento, diseño editorial y la guía de estilo?
- ¿Qué margen de flexibilidad debe dejarse en el diseño y política editorial?

### Pedagogía del quehacer periodístico

- ¿Qué componentes psicológicos son pertinentes a efectos de este trabajo?
- ¿Ayudan los periódicos escolares a fortalecer las redes sociales del adolescente?
- ¿Cómo es la relación de los adolescentes con las tecnologías de información para el aprendizaje?
- ¿Tiene incidencia el quehacer periodístico en el mejoramiento académico del estudiante?
- ¿Cuáles indicadores evidenciarían el desarrollo del pensamiento crítico en adolescentes?

### Tecnologías de Información

- ¿Cuáles son las últimas tendencias del periodismo digital?

En referencia al dispositivo de Aldea:

- ¿Cómo sería una interfaz eficiente?
- ¿Se podría determinar al gusto de los estudiantes?
- ¿Qué tan interactivo debe ser?
- ¿Qué elementos del diseño editorial y gráfico lo hacen atractivo para los jóvenes?

- ¿Qué lo haría acorde a las tendencias digitales de interacción?
- ¿Cuál es la forma más apropiada de que se organice el equipo editorial digital estudiantil?
- ¿Qué podría recomendar o sugerir para generar el sistema editorial digital?
- ¿Cuál es el valor de la incorporación de las TIC en el proceso de aprendizaje?
- ¿Cómo se integran las TIC en la cotidianidad del adolescente?
- ¿Qué área de las TIC resulta pertinente a efectos de este trabajo?
- ¿Qué elementos de las TIC serían factibles de agregar en función a las características del dispositivo?

### Marco Legal

- ¿Cuáles son las leyes nacionales que tienen pertinencia a efectos de este trabajo?
- ¿Cuál es el marco legal internacional que debe tomarse en cuenta?
- ¿Resulta adecuada la autorización escrita del padre o representante del estudiante involucrado en el proyecto?
- ¿Cuál debe ser la injerencia de la institución en la línea editorial del periódico estudiantil?

Luego de la consulta a varios expertos y después de analizar teoría sobre producción editorial se creó una plantilla que facilitara la redacción de la política editorial.

## DESARROLLO DE LA PASANTÍA

### La organización madre: Ip-network y la marca Aldea

La empresa *Ip-network* es un proveedor de Internet especializado en soluciones de conectividad para los siguientes sectores del mercado: centros de oficinas, hoteles, clínicas y colegios.

A efectos de este trabajo vale explicar sólo lo relativo al sector de colegios, específicamente a la marca Aldea. Esta nace de la asociación de *Ip-network* con *Aldea Educativa* y ofrece lo siguiente:

- Internet: conexión dedicada (sin uso del teléfono) de banda ancha para las diferentes localidades del colegio o institución.
- Portal Educativo y página Web: motor de búsqueda e información del colegio suscrito (noticias, calendario, eventos, circulares), así como información variada de entretenimiento dentro del portal general [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve)
- Correo Electrónico: para los alumnos, profesores e instituciones.
- Seguridad: sistema de control de acceso a contenidos no aptos para menores de edad.
- Capacitación: entrenamiento dirigido al uso de las herramientas para el personal docente del colegio.

El proyecto *Prensa Estudiantil* se ubica dentro del portal juvenil de Aldea: [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve). En dicho portal actualmente se alojan las páginas oficiales de doce colegios caraqueños, más la página del Gobierno Juvenil de Chacao. Las instituciones educativas son: San Luis, María Auxiliadora, San Agustín de Caricuao, Valle Abierto, Tirso de Molina, San José de Tarbes de El Paraíso, Claret, Cristo Rey de Altamira, Agustiniano Cristo Rey, Madre del Divino Pastor, Santiago de León de Caracas y Santo Tomás de Villanueva. Aldea ha podido entrar al mercado de los colegios porque el servicio que ofrece es completo y económico.

La renovación de contratos por parte de los colegios suscritos son señal de la buena calidad del servicio y de la altísima confiabilidad y pocos problemas que surgen con el servidor de Internet. Con respecto a los contenidos del portal de cada institución, la actualización es constante debido a que existe un grupo de reporteros que trabajan recabando las noticias destacadas mensualmente.

Asimismo, Aldea en su presentación general cuenta con espacios para encuestas, juegos y videos; y con seis secciones, incluida la de *Prensa Estudiantil*, que tienen información variada sobre deportes, música, novedades y eventos.

La marca Aldea también patrocina y organiza los festivales *e-rock* y *e-gaitas*. Estos consisten en presentaciones juveniles que luego son grabadas y colgadas al portal para que los visitantes voten por la de su preferencia. La que obtenga más apoyo es premiada por Aldea.

Otro producto de Aldea es el portal *Dígalo ahí* que tiene un formato similar al de un *blog* y donde se publica contenido variado. Las secciones son: Música, Deporte, Entretenimiento, Salud y Belleza, Piel Adentro, Tecnología, Reto Aldea y 100% Cuaima. Esta última la escriben locutoras de la emisora radial 92.9 FM gracias a que existe una alianza estratégica entre la estación de radio y Aldea, que a la vez cuenta con varias menciones diarias entre la programación de la emisora.

La misión de Aldea es ser la primera opción de entretenimiento en Internet para los adolescentes venezolanos, buscando posicionarse como el sitio que les brinda contenido actual, interesante y variado, presentado de la manera más innovadora y creativa. Mientras que la visión de Aldea es convertirse en el portal más visitado diariamente por adolescentes venezolanos y ofrecer diversas opciones de entretenimiento cuyo contenido y presentación sean de la más alta calidad para que exista un sentido de identificación con los trabajadores de la organización y con la comunidad virtual que visita el portal.

## Plantilla informativa sobre Prensa Estudiantil

A partir de esta plantilla fue creada *Prensa Estudiantil*, con el objeto de sistematizar la información referente al proyecto y, de este modo, facilitar el desarrollo de la producción editorial de la red de publicaciones escolares.

DEFINICIÓN DEL MEDIO	<p><i>Prensa Estudiantil</i> es una red de publicaciones escritas por adolescentes caraqueños que cursan cuarto y quinto año de bachillerato y que aborda temas relacionados con la cotidianidad escolar. Los contenidos se actualizan mensualmente y todas las publicaciones están alojadas en el portal <a href="http://www.aldea.net.ve">www.aldea.net.ve</a>.</p>
FINALIDAD	<p><i>Prensa Estudiantil</i> nace en agosto de 2007 con el propósito de brindar a los adolescentes caraqueños de cuarto y quinto año de bachillerato, un soporte apropiado para la libre expresión, la creatividad, la argumentación y la opinión responsable y un espacio de capacitación comunicativa por medio de talleres. Igualmente la red de publicaciones se crea para que los visitantes de la página web <a href="http://www.aldea.net.ve">www.aldea.net.ve</a> dispongan de contenidos relacionados con la cotidianidad de los estudiantes, redactado en un lenguaje cercano, ya que los autores son los mismos alumnos.</p>
FINALIDAD PROYECTADA	<p><i>Prensa Estudiantil</i> tiene como meta impulsar agrupaciones de colegiales proactivos que desean generar cambios positivos en su entorno por medio de información responsable y opinión argumentada.</p>

<p style="text-align: center;">PROYECTO DE PÚBLICO (TELEOLOGÍA)</p>	<p>El lector de <i>Prensa Estudiantil</i> es un adolescente interesado en la cultura juvenil, que busca tanto información de la actualidad colegial como entretenimiento gracias a las opiniones, propuestas y críticas constructivas de otros adolescentes cuyas referencias contextuales, gustos e intereses son muy similares.</p> <p>El lector usual de <i>Prensa Estudiantil</i> será un adolescente que:</p> <p>Valorará la responsabilidad y creatividad de personas que intentan aportar ideas innovadoras o generar cambios positivos en el entorno.</p> <p>Comprenderá la importancia de la diversidad de ideas.</p> <p>Rechazará las expresiones que inciten a la violencia y discriminación.</p> <p>Tendrá una clara orientación a la búsqueda de soluciones pacíficas a los conflictos de cualquier índole.</p> <p>Apreciará la sinceridad.</p>
<p style="text-align: center;">CORPUS AXIOLÓGICO</p>	<p><i>Prensa Estudiantil</i> se preocupa por que sus miembros posean o asuman libremente los siguientes valores:</p> <p>La proactividad como camino que conduce a la calidad y la excelencia.</p> <p>La responsabilidad como compromiso con los demás y consigo mismos.</p> <p>La curiosidad como clave para la búsqueda y adquisición de nuevos conocimientos.</p> <p>La innovación como ejercicio de constante mejoramiento.</p> <p>La competitividad como fundamento para mejorar sin dañar a otros.</p> <p>El compañerismo como colaboración en el trabajo en equipo.</p>
<p style="text-align: center;">TEMARIO META</p>	<p><i>Prensa Estudiantil</i> contempla trabajos noticiosos o de opinión sobre la</p>

	<p>cotidianidad de las comunidades escolares basándose en los departamentos o centros comunes en la mayoría de las instituciones: Deportes, Literatura y Arte y Ciencia y Tecnología. También contiene temas relacionados con las novedades en entretenimiento para adolescentes e incluye el género de denuncia que consiste en contenido con críticas constructivas ante irregularidades o situaciones que perjudiquen la convivencia en el colegio.</p>
<p>TEMARIO TABÚ</p>	<p>Quedan limitados los textos o imágenes que promueven o incitan a la violencia, uso de armas, tabaco, sustancias alcohólicas, estupefacientes o psicotrópicas, así como aquellos que atenten contra la reputación de los demás y el orden público.</p> <p>Temas como la religión, las drogas, la pornografía y el sexo pueden ser abordados en el marco de un lenguaje adecuado, es decir, con términos escritos por su nombre correcto.</p> <p>Del mismo modo, el enfoque que tienen los temas especificados arriba es pedagógico, o en todo caso no atenta contra la reputación o vida privada de ninguna persona, en especial de menores de edad.</p>
<p>RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN MADRE</p>	<p>La empresa <i>Ip-network</i> es un proveedor de Internet especializado en soluciones de conectividad para los siguientes sectores del mercado: centros de oficinas, hoteles, clínicas y colegios. En el sector de colegios la empresa creó la marca Aldea, que se materializa en el portal juvenil <a href="http://www.aldea.net.ve">www.aldea.net.ve</a>, que tiene como misión ser la primera opción de entretenimiento en Internet al posicionarse en la mente de los adolescentes venezolanos como un sitio</p>

	<p>que les brinda contenido actual, interesante y variado, presentado de la manera más innovadora y creativa. En este sentido, <i>Prensa Estudiantil</i>, como sección del portal de Aldea, pasa a ampliar y diversificar los servicios que ofrece la marca, al momento que integra, por primera vez, al visitante como generador de publicaciones de interés.</p>
<p>CONCEPCIÓN DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA</p>	<p><i>Prensa Estudiantil</i> publica básicamente noticias, encuestas periodísticas, reseñas artículos, crónicas y manchetas. Los reportajes, aunque en menor medida por la dificultad y tiempo que exige su ejecución, también están presentes. A su vez, tienen cabida en las publicaciones otros géneros con carácter más literario o artístico como por ejemplo la poesía, breves cuentos y caricaturas. Si el caso lo amerita, en la sección dedicada a denuncia dentro de las publicaciones puede haber cartas de los lectores.</p>
<p>RELACIÓN CON EL ENTORNO</p>	<p><i>Prensa Estudiantil</i> comprende a los adolescentes que desean crear sus periódicos estudiantiles y por razones de costo o falta de asesoría no consiguen hacerlo o terminan fracasando tras pocos ejemplares. Por ello, <i>Prensa Estudiantil</i> proporciona a los estudiantes alternativas de soporte y orientación gratuitos y con grandes posibilidades de difusión por su carácter digital.</p> <p><i>Prensa Estudiantil</i> entiende la importancia de ofrecer un servicio acorde con las nuevas tecnologías y se adapta a las formas de relacionarse de los adolescentes de hoy, donde la Internet ha</p>

	<p>marcado la pauta en redes sociales e intercambio de información.</p> <p><i>Prensa Estudiantil</i>, gracias al servicio de conexión a Internet que ofrece <i>Ip-network</i> a un costo mucho menor que el mercado y al portal de Aldea, ha podido penetrar en los colegios porque ofrece una opción de entretenimiento y aprendizaje tanto a los lectores como a los que participan en la elaboración de contenidos de las publicaciones.</p> <p><i>Prensa Estudiantil</i> reconoce la valoración que le dan los adolescentes a la posibilidad de expresar sus ideas libremente y que estas se den a conocer.</p>
<p>FINALIDAD ECONÓMICA</p>	<p>El carácter crematístico está condicionado a los patrocinantes del proyecto y sirve para cubrir los gastos de publicación y del personal que interviene en el desarrollo del mismo. Actualmente sólo Aldea financia la retribución monetaria de los encargados del proyecto. Es importante destacar que ni los lectores de la red de publicaciones <i>Prensa Estudiantil</i>, ni los miembros de los equipos editoriales estudiantiles deben pagar para acceder o participar, pues se entiende que <i>Prensa Estudiantil</i> es un complemento del portal <a href="http://www.aldea.net.ve">www.aldea.net.ve</a></p>
<p>NORMATIVA DE PUBLICIDAD</p>	<p><i>Prensa Estudiantil</i> no incluye patrocinantes que ofrezcan servicios o que vendan productos a través de mensajes e imágenes que inciten a la pornografía, el racismo, la exclusión social, el sexismo, el odio, el consumo de alcohol, de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, o la promoción de la violencia.</p> <p>Ningún aviso que atente contra las</p>

	buenas costumbres ni contra los principios está permitido.
--	--

## Política Editorial

*Prensa Estudiantil* es una red de publicaciones escritas por adolescentes caraqueños que cursan cuarto y quinto año de bachillerato y que encuentran en el periodismo escolar una valiosa herramienta para ejercer su libertad de expresión a través de publicaciones digitales de periodicidad mensual alojadas en el portal [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve).

En Aldea, empresa líder en tecnología educativa y organización madre de *Prensa Estudiantil*, un grupo de expertos que coordinan la iniciativa se preocupan por generar el soporte y espacio apropiado para desarrollar las capacidades creativas, argumentativas y literarias en alumnos dispuestos a asumir el reto de coordinar una publicación juvenil, que refleje el vivir de su comunidad educativa.

Nuestra visión es consolidarnos como propulsores de agrupaciones estudiantiles con interés en aportar ideas innovadoras y generar cambios positivos en su entorno, por medio de la información responsable y la opinión argumentada.

Consideramos que nuestros espacios de discusión y participación deben gestarse acorde con las nuevas tecnologías para adaptarnos a las formas de relacionarse de los adolescentes de hoy, donde la Internet ha marcado la pauta en redes sociales e intercambio de información. De allí la motivación a crear un sistema editorial digital con el nombre *Prensa Estudiantil*.

Apostamos porque los miembros del equipo asuman libremente los siguientes principios:

- La proactividad, porque consideramos que la motivación que nace desde adentro es la clave de la excelencia.

- La responsabilidad, con la que el estudiante se compromete con sus ideas y las transmite con firmeza para generar una publicación de la que se sienta orgulloso.
- La curiosidad, que parte de la exploración del mundo, de la relación con el otro y se convierte en esencia del progreso.
- La innovación, que responde al dinamismo de nuestra era y a las infinitas posibilidades de mejoramiento y desarrollo del entorno.
- La competitividad, entendida positivamente, en el sentido de ser cada día mejor sin perjudicar a otros.
- El compañerismo, que demuestra que el trabajo en equipo es el complemento para que los integrantes puedan llegar a rebasar sus expectativas.

Sobre la base de estos lineamientos, en Aldea estamos conscientes y creemos firmemente que a través del la promoción del periodismo escolar, en la figura de *Prensa Estudiantil*, contribuimos con la formación integral de aquellos que serán los profesionales del mañana.

A través del ejercicio periodístico incentivamos la tolerancia, el reconocimiento del otro sin discriminación alguna, la búsqueda de soluciones pacíficas a los conflictos de cualquier índole y el compromiso con la honradez como fundamento para aproximarse a la verdad.

*Prensa Estudiantil*

## **Diseño Editorial**

El diseño editorial de *Prensa Estudiantil* propone una serie de secciones para asegurar la diversidad periodística de las producciones editoriales. Sin embargo, con ello no se pretende supeditar el contenido temático a los intereses de la empresa o de los directivos del colegio, sino comprometerse con la promoción de la libertad de expresión, la educación de calidad, la cultura, los derechos humanos de los adolescentes y el ejercicio de su ciudadanía.

Las secciones que contempla el diseño editorial de *Prensa Estudiantil* se eligen basándose en el criterio de las fuentes de información presentes en todas las instituciones educativas. Deportes, Entretenimiento, Literatura y Arte, Comunidad, Ciencia y Tecnología y Denuncias son las secciones obligatorias que deben tener las publicaciones digitales.

Los miembros, al seleccionar el nombre de la sección, deciden libremente el enfoque que deseen otorgarle. Por ejemplo, mientras que el área de Denuncia del Colegio A se denomina Reconoce tus errores, la del Colegio B se llama Repáralo y la del Colegio C ¿Quién responde?

Las publicaciones de *Prensa Estudiantil* tienen una periodicidad mensual y sus secciones son fijas. En consecuencia, la actualización de los contenidos se realiza en el mismo lapso.

Las secciones, junto a las especificaciones de cada una, se presentan a continuación:

## Deportes

### Tema

Esta sección abarcará todas las actividades deportivas que se realicen en el colegio. Asimismo contemplará eventos intercolegiales donde la institución participe.

Se destacará de igual modo la labor deportiva que realicen estudiantes fuera del ámbito colegial o los conocimientos de algún escolar sobre algún deporte en particular por su condición de fanático. Por ejemplo, si un alumno tiene méritos por sobresalir en una disciplina deportiva en un club privado o instituto público tendrá su espacio en la publicación.

### Géneros

Recomendado: reseña.

Otros: entrevista, noticia, crónica y encuesta periodística.

Primordialmente se buscará que los participantes-periodistas realicen su labor desde la cancha y en todos los espacios relativos a competencias, torneos, entre otros.

### Modalidad

En esta sección prevalecen los enfoques informativo e interpretativo. Sin embargo puede haber artículos de opinión siempre que quede explícito.

### Responsable

El coordinador de sección realiza el reporte directo y también revisa y ensambla la información de sus colaboradores.

### Número de informaciones

Cuando haya un solo artículo por sección su extensión máxima es de 2.600 caracteres con espacio. Cuando sean dos artículos por sección cada uno debe tener una extensión máxima de 1.200 caracteres con espacio. Los párrafos no deben exceder las 60 palabras.

## Entretenimiento

### Tema

Esta sección abarcará todas las actividades de esparcimiento, sociales, extracurriculares, de diversión y de cultura que se realicen tanto dentro como fuera del colegio, siempre que sean de interés para los adolescentes.

También destacarán los temas vinculados con las distintas tendencias que siguen los alumnos de bachillerato, desde peculiaridades del vestir hasta preferencias musicales.

Se incluyen prograduaciones, intercolegiales de gaitas, verbenas, ferias gastronómicas, teatro estudiantil, toques de bandas integradas por alumnos de bachillerato, entre otros.

### Género

Recomendado: reseña, para incentivar el reporteo *in situ* y las cualidades narrativas del educando.

Otros: entrevista, noticia y crónica.

### Modalidad

Información y opinión tendrán la misma cabida en la sección. Cualquiera que sea el caso, debe quedar explícito el enfoque con el cual se trabaja.

### Responsable

El coordinador de sección realiza el reporteo directo y también revisa y ensambla la información de sus colaboradores.

### Número de informaciones

Cuando haya un solo artículo por sección su extensión máxima es de 2.600 caracteres con espacio. Cuando sean dos artículos por sección cada uno debe tener una extensión máxima de 1.200 caracteres con espacio. Los párrafos no deben exceder las 60 palabras.

## Literatura y Arte

### Tema

Esta sección incluye cuentos, poemas y relatos escritos por los alumnos, así como propuestas de lecturas para sus compañeros. De igual modo, se publicará información referente a concursos, talleres, lecturas dramatizadas, o cualquier actividad que incentive la escritura en los estudiantes.

### Género

Esta sección reivindica la filosofía del *texto libre* de Celestin Freinet, referente imprescindible del periodismo escolar en el mundo. Por lo tanto no hay restricciones de género.

### Modalidad

Tendrá preeminencia la opinión a lo meramente informativo.

### Responsable

El coordinador de sección realiza el reporte directo y también revisa y ensambla la información de sus colaboradores.

### Número de informaciones

Cuando haya un solo artículo por sección su extensión máxima es de 2.600 caracteres con espacio. Cuando sean dos artículos por sección cada uno debe tener una extensión máxima de 1.200 caracteres con espacio. Los párrafos no deben exceder las 60 palabras.

## Comunidad

### Tema

Esta sección aborda los lugares y personajes con un significado especial para los miembros de la colectividad educativa.

Se incluye tradiciones escolares dentro o fuera de la institución.

### Géneros

Recomendados: entrevista y fotorreportaje.

Otros: crónica, noticia, reseña.

### Modalidad

Se emplea indistintamente el enfoque informativo o el de opinión, siempre que quede explícito el uso del mismo.

### Responsable

El coordinador de sección realiza el reporte directo y también revisa y ensambla la información de sus colaboradores.

### Número de informaciones

Cuando haya un solo artículo por sección su extensión máxima es de 2.600 caracteres con espacio. Cuando sean dos artículos por sección cada uno debe tener una extensión máxima de 1.200 caracteres con espacio. Los párrafos no deben exceder las 60 palabras.

## Ciencia y Tecnología

### Tema

Esta sección está dedicada a explorar el universo científico y tecnológico, temas actuales del área, exposiciones, proyectos e investigaciones del colegio. Utiliza también como fuente aquello que acontece en los laboratorios de Biología, Física y Química del colegio.

Finalmente, se puede trabajar con fuentes documentales que resulten de gran interés para los estudiantes.

### Géneros

Recomendado: noticia enfocada a la convocatoria de concursos y exposiciones relacionadas con el tema científico o tecnológico.

Otros: entrevista a profesores expertos, infografía, crónicas de lo que acontece en los laboratorios escolares.

### Modalidad

En esta sección prevalece el enfoque informativo. Sin embargo puede haber artículos de opinión siempre que quede explícito.

### Responsable

El coordinador de sección realiza el reporte directo y también revisa y ensambla la información de sus colaboradores.

### Número de informaciones

Cuando haya un solo artículo por sección su extensión máxima es de 2.600 caracteres con espacio. Cuando sean dos artículos por sección cada uno debe tener una extensión máxima de 1.200 caracteres con espacio. Los párrafos no deben exceder las 60 palabras.

## Denuncia

### Tema

Esta sección tiene por finalidad que los estudiantes realicen críticas constructivas ante irregularidades o situaciones que perjudiquen su convivencia en la institución, sean relacionadas con la infraestructura, el personal administrativo y directivo u otros compañeros.

### Género

Recomendados: noticia, mancheta, caricatura y carta de los lectores.

Otros: encuesta periodística y crónica.

### Modalidad

Se emplea indistintamente el enfoque informativo o el de opinión, siempre que quede explícito el uso del mismo. En esta sección la rigurosidad de los argumentos cobra una mayor importancia por su carácter acusativo.

### Responsable

El coordinador de sección realiza el reporte directo y también revisa y ensambla la información de sus colaboradores.

### Número de informaciones

Cuando haya un solo artículo por sección su extensión máxima es de 2.600 caracteres con espacio. Cuando sean dos artículos por sección cada uno debe tener una extensión máxima de 1.200 caracteres con espacio. Los párrafos no deben exceder las 60 palabras.

## **Lineamientos gráficos**

### Formato de la publicación

Digital creado en una plataforma flash cuyas dimensiones son de 800x600 píxeles y que cuenta con un área total de 1024x768 píxeles.

### Identidad gráfica

#### Logo:

Contiene las palabras *Prensa Estudiantil* acompañadas de un diseño dinámico con flechas ascendentes y descendentes, un globo de diálogo y las letras que identifican al mundo web: www.

La tipografía fue creada por el personal de *El-Sofá Agencia Interactiva*.

Los elementos del logotipo no pueden ser separados, ni puede reducirse a un área menor de 60% de su dimensión original (250x120 píxeles)

### Publicidad

Los espacios dedicados a la publicidad son los siguientes:

- Toda la contraportada (400x600 píxeles)
- Páginas internas completas (800x600 píxeles), que no excedan a dos, intercaladas con el texto.
- Cupones en el inferior de no más de dos medias páginas.

No puede haber dos publicidades enfrentadas

## Guía de estilo

La guía de estilo de *Prensa Estudiantil* no busca limitar las posibilidades expresivas de sus miembros, más bien busca orientar hacia el correcto manejo de términos lingüísticos y de las estructuras periodísticas.

Los contenidos de la misma se han estructurado basándose en autores reconocidos en materia lingüística y periodística como Álex Grijelmo (2003), Antonio Franco (1999), Olga Dragnic (1994) y José Luis Martínez y Luisa Santamaría (1993).

Se denomina guía y no manual en vista de la profundidad de cada uno. Mientras que un manual es más exhaustivo y riguroso, la guía pretende brindar pautas que unifiquen criterios y permitan mantener la coherencia y calidad periodística de las publicaciones, sin dejar a un lado la creatividad de los redactores.

Cualquier tema o comentario que motive al odio, violencia o discriminación racial, sexual, social, económica, religiosa, política y cultural, intolerancia, difamación o que pueda resultar ofensivo para un grupo queda vetado en la publicación.

En *Prensa Estudiantil* se entiende por ofensa aquello que atropella la dignidad de las personas.

Se puede utilizar la ironía en los textos, sin caer en el sarcasmo. La primera es válida por considerarla una figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice. La segunda, a diferencia, la Real Academia Española la define como “burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a alguien o algo”.

Tomando en cuenta la economía de las palabras que resulta imprescindible en un soporte digital de publicación:

- Se privilegia el empleo de la voz activa para un lenguaje periodístico claro y contundente.
- No será utilizado el lenguaje de géneros.

Se quiere recalcar que cada vez que se generaliza empleando el género masculino, tanto en la palabra como en los artículos determinados e indeterminados, queda sobrentendido que el femenino forma parte en igual medida e importancia.

Al ser *Prensa Estudiantil* un medio digital la pirámide invertida surge revitalizada para adaptarse al espacio virtual y a su exigencia de fragmentación. Qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué son las preguntas básicas a las que debe responder el texto lo antes posible.

#### Área de cobertura temática

Prensa Estudiantil cuenta con las siguientes áreas de cobertura temática: Deportes, Entretenimiento, Literatura y Arte, Comunidad, Ciencia y Tecnología y Denuncias ; todas ellas circunscritas al contexto juvenil y colegial, escritas en géneros informativos y de opinión.

#### Géneros periodísticos

Noticia: entendida ésta como un suceso poco conocido y que afecte o beneficie a un grupo de la población estudiantil o a la sociedad en general. Se presentarán los puntos de vista de los protagonistas implicados para evitar el sesgo.

Reseña: es un género informativo que desarrolla la versión de un hecho importante empleando la narración o la descripción según sea más favorable al texto. Se enfoca en acontecimientos culturales, sociales y deportivos. El reportero deberá ser original y preciso. Para garantizar la confiabilidad de la información no se aceptarán versiones de terceros, es decir, quien desee realizar la reseña será porque fue participante o espectador del evento.

Crónica: abordada como un género que se ubica a medio camino entre la interpretación y la información. Incentiva especialmente la creatividad y expresión literaria, ya que la actualidad, basada en hechos reales, se mezcla con la imaginación de quien redacta. Igual que en la reseña, el reportero debe ser protagonista o espectador del hecho o situación.

Entrevista: es la manifestación escrita de un diálogo que aborda, gracias a un método indagatorio por parte de quien redacta, las ideas, logros o informaciones de un personaje de interés. A efectos de esta guía de estilo la entrevista no se circunscribe a ningún tipo en específico. Hay cabida para la entrevista informativa, de personalidad y de opinión. La primera entendida como aquella que aporta un elemento noticioso gracias a los datos proporcionados por la fuente, la segunda como la que ofrece una imagen integral de una persona destacada o que genere interés público; y la tercera como la que da a conocer los puntos de vista de la fuente gracias a su competencia en determinada materia. Asimismo, las modalidades variarán dependiendo del entrevistado y de las preferencias del entrevistador, pudiendo ser: parafraseada (referencia al entrevistado en 3ra persona), pregunta respuesta y *ping pong* (preguntas y respuestas muy breves).

Reportaje: su carácter debe ser meramente informativo y la elaboración minuciosa. Se trata de un género en el cual se procura presentar los aspectos más destacados de un acontecimiento significativo de manera profunda. En lo posible el texto contemplará a todas las fuentes que tengan injerencia en el caso.

Artículo de opinión: género que da protagonismo al estilo del autor y su forma de pensar. Los juicios emitidos se deben sustentar en argumentos coherentes. No se aceptan las críticas carentes de un aval.

Fotorreportaje: se trata de un grupo de imágenes que brindan información al lector sobre un tema y que llevan una fotoleyenda que complementa el contenido gráfico. Las imágenes empleadas deben ser de autoría propia, no se permiten trabajos realizados con fotografías de Internet o cualquier otra fuente. El mínimo de fotografías que se contempla para el género es de cuatro, mientras que el máximo es de seis imágenes.

Encuesta periodística: comprendida como la consulta breve a un número no mayor a diez entrevistados con diferentes enfoques sobre una misma área. Parte de un cuestionario común de una a tres preguntas y no pretende proporcionar resultados estadísticos rigurosos sino que busca un sondeo de opiniones.

Mancheta: se trata de una frase ingeniosa con la cual se opina sobre un asunto relevante para el grupo de personas a las cuales se dirige la publicación. La mancheta expresa la posición editorial de la publicación.

Caricatura: entendida como un dibujo satírico en el cual se da a entender un juicio de valor. Los trazos exagerados contribuyen a destacar rasgos de un individuo o animal, así como características de un suceso importante.

### Titulación

El título tiene una palabra como mínimo y nueve como máximo. El titular debe tener una redacción sencilla y que sintetice el hecho principal. Los criterios de claridad, brevedad e interés son los pivotes al momento de escoger la frase. Los tipos de título dependerán del contenido del texto y serán informativos (que emplean un

verbo expreso, preferiblemente en presente, y una afirmación sobre algún acontecimiento actual), sugestivos (aquellos que ofrecen información que le pone al tanto al lector sobre el enfoque que tendrá el texto) o enunciativos (los que usan una frase breve que no incluye verbo).

El uso de antetítulo queda suprimido, sólo se emplea título y sumario para que el titular se ajuste al formato digital. El sumario puede tener máximo cuarenta palabras.

### Extensión de los textos

Las seis secciones que contemplan las publicaciones de Prensa Estudiantil contarán cada una con un artículo de 2.600 caracteres con espacio o máximo con dos artículos de 1.200 caracteres con espacio.

### Atribución de las fuentes

Se podrá emplear la atribución directa cuando la información que revele la fuente sea contundente y pertinente; a la vez, que sirva para enfatizar el contenido del texto.

Se entiende por atribución directa aquella que, tras el verbo de atribución, esto es “decir” y sus sinónimos, lleva dos puntos, abre comillas y cita aquello que dice la fuente.

También se puede atribuir directamente colocando la cita al inicio del párrafo, sucedida de una coma, el verbo de atribución y la identificación de la fuente.

La atribución indirecta consiste en parafrasear lo que dice la fuente. Sirve para darles contexto o simplificar las informaciones provenientes de una fuente especializada.

No se permitirá el uso del *off the record* o cita sin atribución directa, ya que puede propiciar la propagación de chismes y rumores.

En el caso de recurrir a fuentes documentales, se debe hacer la identificación plena del documento del cual se toma la información.

Las pautas para la comprobación de informaciones procedentes de internet son:

- Verificar la autenticidad de la fuente antes de publicar la información.
- Atribuir la información.
- Examinar a fondo los contenidos en una dirección URL aunque sea conocida, para determinar su orientación y su eventual sesgo ideológico, político o religioso.
- Verificar la fecha de actualización de los datos para no emplear fuentes obsoletas.

### Tipos de fuentes

De primera mano: cuando el reportero juvenil presencia el hecho.

De segunda mano: cuando el relato se basa en lo que cuenta un testigo.

De tercera mano: cuando alguien le otorga la información a una fuente y luego esta la trasmite al reportero juvenil.

## Tratamiento de la información

Para la noticia y la reseña se trabaja con un mínimo de dos fuentes distintas. En casos polémicos o conflictivos lo que se recomienda es la consulta a mínimo tres fuentes (agente, afectado y un testigo o experto), mientras que para los reportajes informativos se incluye un mínimo de cuatro fuentes.

El resumen del texto debe sintetizar la información y hacerla atractiva al lector. Se recomienda que todos los escritos sean respaldados con mínimo una fotografía y máximo dos, con la excepción evidente del fotorreportaje.

## Uso de las encuestas

Si el contenido de una información amerita su complemento con cifras provenientes de encuestas, los resultados se redondearán y su interpretación se simplificará a fracciones ( $1/3$  uno de cada tres) para que los datos sean más comprensibles.

El redondeo de cifras se hace por exceso o por defecto, dependiendo de la pertinencia.

Ejemplos:

Redondeo por exceso:

Se graduaron 3.996 alumnos

Se graduaron cerca de 4.000 alumnos

Redondeo por defecto:

Asistieron al evento 204 invitados

Asistieron al evento un poco más de 200 invitados

## Uso de las siglas

Para la primera ocasión se escribirá el nombre completo de la institución y se identificarán las siglas entre paréntesis. Para la segunda referencia se usarán sin paréntesis. Las siglas se escriben con mayúsculas cuando no pueden pronunciarse con fluidez. En caso de que puedan mencionarse como una palabra y cuando el número de letras que conformen la sigla sea mayor de cuatro sólo se escribirá en mayúscula la primera letra.

## Numeración

Los números cardinales se escriben en letras siempre y cuando constituyan una sola palabra. El resto de los números se colocan en guarismos.

Ejemplo:

La vuelta al mundo en ochenta días.

La vuelta al mundo en 83 días.

Cuando se emplee un número para indicar la edad se colocará en cardinales sin paréntesis.

El estudiante Jesús Uzcátegui, de 15 años.

Los números ordinales se escribirán hasta el décimo; a partir de allí se colocará el número precedido por el símbolo de grado (11°)

Para hacer referencia a años en la historia, se coloca en guarismo.

Ejemplo:

En el año 1919 muere el doctor José Gregorio Hernández.

## Uso de las mayúsculas

Sólo se emplean mayúsculas en los siguientes casos:

- Referencias a nombres propios de personas, animales y regiones geográficas.
- Nombres de establecimientos comerciales e instituciones.
- Nombres de eventos.
- Nombres de películas y de documentos impresos, sean libros, boletines, revistas, periódicos, etc.
- Nombres de organizaciones.
- Marcas comerciales.
- Acontecimientos históricos.
- Premios o condecoraciones.
- Festividades religiosas o fechas patrias.
- Nombres específicos de calles y avenidas.

## Palabras mal sonantes

Se prefieren las palabras respetuosas por encima de aquellos sinónimos con connotaciones peyorativas o que se presten a significados ambiguos.

Por ejemplo, utilizar “opositor” en lugar de “escuálido”.

“Pene” en lugar de “pipí”

“Niña” en lugar de “hembra”.

## Elemento grafemático

### Uso de la fuente tipográfica

Se emplea la fuente Verdana, por ser una tipografía de fácil lectura en soportes digitales. Los títulos se destacan por colocarse en negrita, 14 puntos y abanderados a la izquierda.

Por el contrario, el cuerpo de los textos utilizan la misma fuente blanca (sin negritas), 12 puntos, y con alineación justificada.

Los sumarios de los textos deben ir también en Verdana, con fuente blanca, 12 puntos, alineación justificada y en cursivas.

Los créditos se escriben en Verdana, negritas, 10 puntos, abanderado a la izquierda, inmediatamente debajo del sumario.

Los créditos de las fotografías y las fotoleyendas se destacarán con la fuente tipográfica Verdana, blanca, 11 puntos, justo debajo de la fotografía.

Para el uso de palabras extranjeras se emplea la misma fuente del cuerpo del texto pero en cursivas.

En todos los casos el interlineado es sencillo y el color de la fuente es negro.

### Uso de las negritas, cursivas y subrayados

Se colocan en negritas todos los títulos de los textos, así como el nombre del colegio al cual pertenece el equipo editorial. Cuando se haga referencia a Prensa Estudiantil se coloca en cursiva. De igual modo, la firma de los autores de los

contenidos va en negritas y se ubica, justificado hacia la izquierda, justo debajo del sumario.

En los sumarios se emplea cursiva y no se utiliza punto y final. Asimismo, cualquier palabra de habla extranjera se coloca en cursiva para distinguirla del resto del escrito. Las marcas comerciales también se escriben en cursiva.

El subrayado tiene cabida cuando se desea hacer énfasis en alguna convocatoria, especialmente cuando se mencione el lugar, hora y fecha del evento.

#### Tratamiento de los nombres en segunda oportunidad

Cuando el autor mencione a algún miembro de la comunidad educativa primero se coloca el nombre y el apellido, para luego identificar a la persona sólo con el nombre, en el marco de la familiaridad que suele prelar en los colegios. Asimismo, se permite colocar apodosos que no resulten ofensivos para la persona a la que se hace referencia. Cuando se menciona el nombre por primera vez con sus dos apellidos, en una segunda instancia, se coloca solamente el primer apellido.

En el caso de tratarse de fuentes diferentes, pero con el mismo apellido, se hace la distinción mencionando ambos apellidos para evitar ambigüedades.

#### Legitimación de las fuentes

Todos los cargos e información que identifique a las fuentes se colocan antes de la primera mención del nombre completo. Para evitar la repetición de palabras al volver a nombrar el cargo, se podrá apelar a sinónimos que sean equivalentes.

## Sinonimia

Para las palabras de uso más común, se utiliza un conjunto de términos que se podrán alternar durante el texto.

Para la palabra estudiante también se podrán emplear los términos que se presentan a continuación en orden de prioridad:

- Alumno
- Escolar
- Educando
- Colegial

Para la palabra colegio también se podrán emplear los términos que se presentan a continuación en orden de prioridad:

- Institución educativa
- Escuela
- Plantel

Para la palabra profesor también se podrán emplear los términos que se presentan a continuación en orden de prioridad:

- Educador
- Maestro
- Tutor

## Pesos y medidas

Se utilizará el sistema MKS para medir la distancia en metros, el peso en kilogramos, y el tiempo en segundos. Todas las medidas se escriben en sus formas abreviadas (m.- kg.- s.) agregándoles una “s” si la referencia es en plural.

Las referencias en temperatura se colocan en grados Celsius o centígrados (°C)

## Abreviaturas y símbolos

- No se utiliza abreviaturas salvo en unidades de pesos y medidas.
- Los únicos símbolos permitidos son los siguientes:
  - El porcentaje (%)
  - La moneda (\$)
  - Arroba (@)

## Gentilicios

Se emplean los gentilicios permitidos por la Real Academia Española. Si existe más de uno para un caso, se utiliza su forma más común, salvo que este se repita constantemente a lo largo del texto.

Ejemplo:

Colombiano a diferencia de neogranadino

Holandés a diferencia de neerlandés

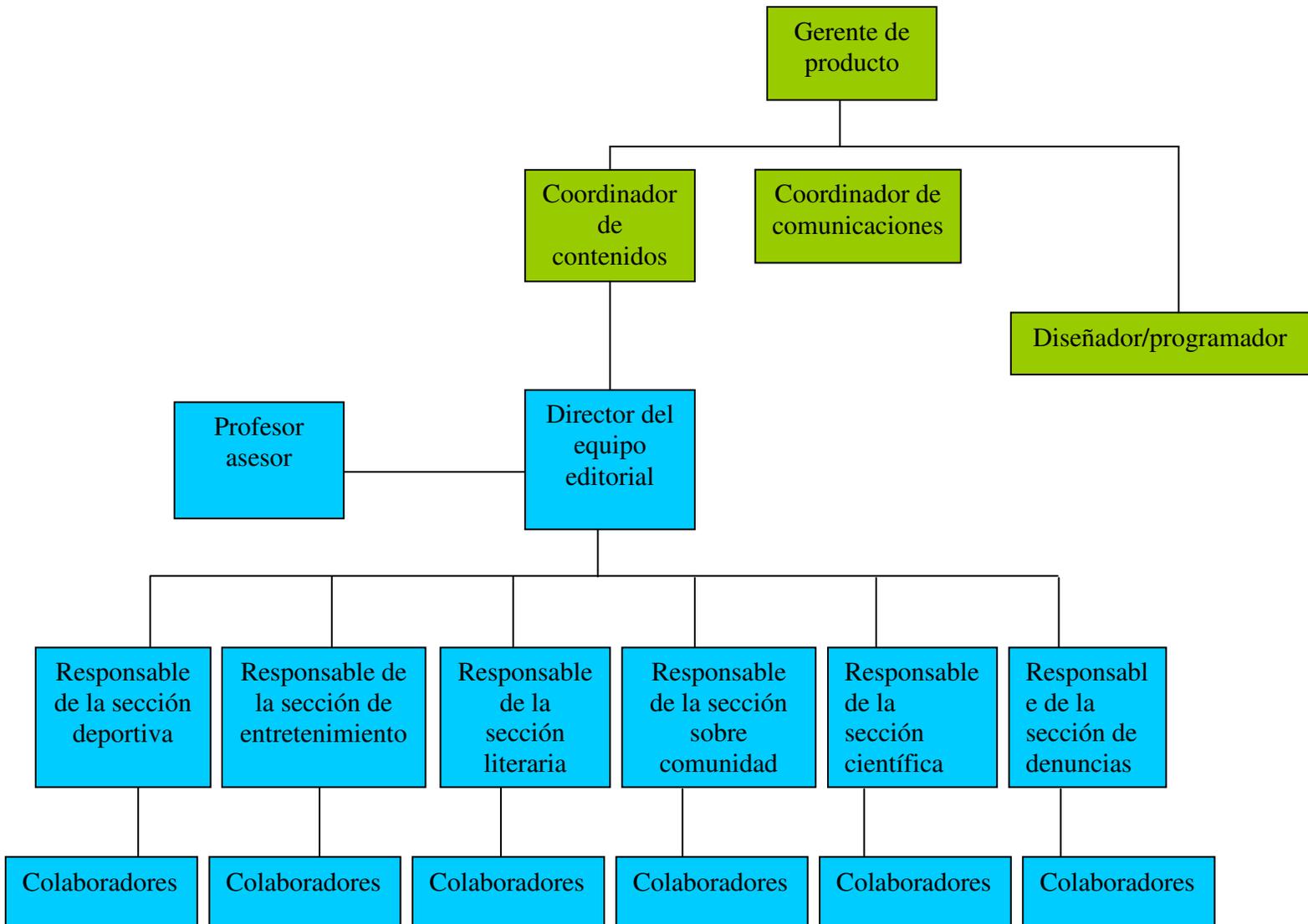
Para los nombres propios de regiones de Venezuela se refiere el término comúnmente conocido que no resulte peyorativo.

Ejemplo:

Merideño antes que gocho

Barquisimetano antes que guaro

## Organigrama de Prensa Estudiantil



## Sobre el organigrama

La distinción de colores en el organigrama responde a los siguientes criterios:

-Verde lima: identifica al personal fijo de la empresa *IP-Network*, creadora de la marca *Aldea*, específicamente a los responsables del producto *Prensa Estudiantil*.

-Azul cielo: corresponde a la estructura encargada de recopilar la información escrita y gráfica de los periódicos escolares digitales.

La estructura azul cielo se repetirá tantas veces como publicaciones haya en *Prensa Estudiantil*. Asimismo, un coordinador de contenidos tendrá a su cargo un número de equipos editoriales escolares no mayor a diez, de lo contrario deberá contratarse a una persona de apoyo para la corrección y edición de los periódicos.

## Descripción de funciones del equipo editorial de Prensa Estudiantil

El grupo está conformado por ocho integrantes. El director, seis de coordinadores de sección y el docente asesor. Este último no participa en la redacción, pero garantiza que los contenidos de la publicación no pierdan la orientación pedagógica ni el enfoque hacia la construcción de soluciones a problemas cotidianos dentro de la comunidad.

La participación de todos los miembros es indispensable para que la publicación, que estará incluida dentro de la red *Prensa Estudiantil*, cumpla con la misión, visión y valores acordados en la política editorial.

- **Director:** su función es compilar, revisar y editar los contenidos elaborados por los encargados de sección. Evita inconsistencias lingüísticas y de contenido, velando por el cumplimiento del diseño editorial y la guía de estilo *Prensa Estudiantil*.

Asimismo, coordina los mecanismos de divulgación del periódico por medios alternativos digitales o de la institución. En ese sentido, puede informar sobre la nueva edición del periódico en comunidades virtuales, chats, listas de correo electrónico, carteleras escolares u otros medios de comunicación que existieren en el colegio (radio escolar, derecho de palabra en eventos, publicaciones del centro de estudiantes, etc.)

- **Docente asesor:** su labor es orientar a los miembros del equipo editorial al momento de construir la pauta mensual de contenidos y sobre cómo abordar temas polémicos.
- **Encargados de sección:** su deber es elaborar la pauta de la sección que coordina junto a su equipo de colaboradores. De ahí se reúne con el director, el docente asesor y el resto de los encargados de sección para recibir

retroalimentación y decidir qué contenidos se destacarán de cada sección. Posteriormente, comienza la redacción de los contenidos, los cuales pueden ser escritos por él y los colaboradores.

- **Colaboradores:** el número dependerá de la cantidad de interesados en cada sección. Se encargan de llevar propuestas de contenidos según la sección a la que pertenecen. De igual modo, redactan los contenidos y toman las fotos correspondientes.

## Descripción de cargos de la empresa en relación a Prensa Estudiantil

**Título del cargo:** Gerente de Producto

**Objetivo general:** Desarrollar estrategias para que la marca Aldea sea conocida por el público target, a través de productos como *Prensa Estudiantil*.

**Ubicación administrativa:** Gerencia de mercadeo.

**Reporta a:** Director general.

### **Especificación del cargo**

**Educación requerida:** Licenciatura en Comunicación Social mención Comunicaciones Publicitarias, Comunicaciones Corporativas, Publicidad y Mercadeo o afines.

**Tiempo de experiencia previa en el área:** 2 años en cargos similares.

### **Conocimientos para el cargo:**

- Gerencia de proyectos comunicacionales.
- Mercadeo.
- Ventas.
- Conocimiento general del funcionamiento web.
- Investigaciones sobre gustos del público *target*.

### **Competencias para el cargo:**

- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Organización.
- Autocontrol.
- Búsqueda de información.
- Compromiso con la organización.

### **Habilidades requeridas:**

- Relaciones interpersonales.
- Capacidad de negociación.
- Facilidad para resolver conflictos.

**Destrezas requeridas:**

- Manejo de Microsoft Office, Outlook y Profit Administrativo y conocimientos generales sobre arquitectura de la información en la web.

**Funciones, actividades y tareas:**

- Coordinación y producción de eventos relativos a la marca.
- Manejo de Personal.
- Manejo de presupuestos de mercadeo.
- Coordinación de las actividades de promoción, publicidad y lanzamiento de productos.
- Desarrollo de material POP.
- Elaboración de estrategias de mercadeo.

**Responsabilidades**

**Materiales que maneja:** Computadoras y material POP.

**Dinero:** Presupuestos para realización de material POP, de concursos y festivales, y de nuevos proyectos.

**Título del cargo:** Coordinador de comunicaciones

**Objetivo general:** Velar por el cumplimiento de la política editorial en los periódicos digitales y el correcto funcionamiento del producto *Prensa Estudiantil* enmarcado en las actividades desarrolladas en *Aldea*.

**Ubicación administrativa:** Producción Editorial.

**Reporta a:** Gerente de producto.

**Especificación del cargo**

**Educación requerida:** Licenciatura en Comunicación Social mención Periodismo o Comunicaciones Publicitarias.

**Tiempo de experiencia previa en el área:** 2 años en cargos similares.

**Conocimientos para el cargo:**

- Producción editorial.

- Mercadeo de la información.
- Comunicaciones corporativas.
- Estrategias de venta.

**Competencias para el cargo:**

- Iniciativa.
- Motivación al logro.
- Orientación de servicio al cliente.

**Habilidades requeridas:**

- Relaciones interpersonales.
- Capacidad de convocatoria.
- Persuasión.

**Destrezas requeridas:** Manejo de Microsoft Office, Outlook.

**Funciones, actividades y tareas:**

- Coordinar y planificar el desarrollo comunicacional de *Prensa Estudiantil* para posicionar el producto
- Planificar estrategias de captación de nuevos clientes
- Realizar convocatorias a los talleres de capacitación a través de la base de datos de *Prensa Estudiantil* y establecer el lugar y ubicación de los mismos.
- Pautar reuniones con el gerente de producto o el director general.

**Responsabilidades**

**Materiales que maneja:** Computadora, teléfono móvil y fijo

**Dinero:** presupuestos solicitados a Administración para gastos logísticos de los talleres de capacitación.

**Título del cargo:** Coordinador de contenidos

**Objetivo general:** Velar por el cumplimiento del diseño editorial y la guía de estilo de *Prensa Estudiantil* para publicar contenidos de alta calidad y con el mínimo posible de errores ortográficos y de redacción.

**Ubicación administrativa:** Producción editorial.

**Reporta a:** Gerente de producto (quien debe dar la aprobación de las propuestas), y tiene que consultar al coordinador general.

**Especificación del cargo**

**Educación requerida:** Licenciatura en Comunicación Social mención periodismo o Licenciatura en Educación mención Ciencias Pedagógicas.

**Tiempo de experiencia previa en el área:** 1 año de experiencia en la misma área.

**Conocimientos para el cargo:**

- Géneros periodísticos.
- Redacción para medios digitales.
- Pedagogía elemental.
- Funcionamiento básico de la web.

**Competencias para el cargo:**

- Capacidad de lectura rápida.
- Precisión en la corrección de textos.
- Facilidad para realizar críticas constructivas.

**Habilidades requeridas:**

- Creatividad.

**Destrezas requeridas:**

- Manejo de Microsoft Word.
- Facilidad para creación de material didáctico.

**Funciones, actividades y tareas:**

- Planifica y elabora los contenidos de los talleres de capacitación.
- Edita las publicaciones de los equipos editoriales a su cargo.
- Envía las publicaciones revisadas al departamento de diseño una vez que hayan sido aprobadas por el coordinador general y el gerente de producto.
- Interviene activamente en cualquier modificación o actualización que se haga al diseño editorial y la guía de estilo.

## **Responsabilidades**

**Materiales que maneja:** Computadora.

**Dinero:** no aplica.

**Título del cargo:** Diseñador/programador

**Objetivo general:** Organiza, distribuye y publica el material informativo, tanto escrito como gráfico, en un formato digital para *Prensa Estudiantil*.

**Ubicación administrativa:** Departamento de diseño. Agencia Interactiva El-Sofá.

Relación laboral por encargo.

**Reporta a:** Gerente de producto

### **Especificación del cargo**

**Educación requerida:** Licenciado o Técnico Superior en Diseño Gráfico, Técnico Superior en Diseño Web, Licenciatura en Comunicación Social mención Comunicaciones Publicitarias.

**Tiempo de experiencia previa en el área:** 1 año en cargos similares.

#### **Conocimientos para el cargo:**

- Nociones básicas sobre arquitectura de la información web, diseño periodístico, tratamiento y edición de imágenes e infografías.
- Jerarquización de la información.
- Publicidad.
- Estudios sobre los gustos del *target*.
- Arte.

#### **Competencias para el cargo:**

- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Organización.
- Sentido de responsabilidad.

#### **Habilidades requeridas:**

- Habilidad espacial.
- Adaptabilidad.

- Creatividad.
- Organización.
- Puntualidad.
- Facilidad para resolver conflictos.

**Destrezas requeridas:**

- Manejo de Adobe Photoshop, Ilustrador, Fireworks, Flash Player, Indesign, Quark Press, Dreamweaver o el programa más actualizado que se ajuste a los requerimientos de *Prensa Estudiantil*.

**Funciones, actividades y tareas:**

- Diseñar y diagramar las publicaciones de *Prensa Estudiantil*.
- Diseñar las piezas publicitarias y material POP de *Prensa Estudiantil*.
- Ajustar las imágenes recopiladas por los equipos editoriales al formato de publicación digital.
- Publicar los contenidos diseñados.

**Responsabilidades**

**Materiales que maneja:** Computadoras y material POP.

**Dinero:** no aplica

## Procedimientos

*Prensa Estudiantil* cumple un ciclo mensual que comprende la producción de periódicos digitales, la realización de talleres de capacitación a los miembros de los equipos editoriales, y el desarrollo de estrategias comunicacionales de mercadeo. A continuación se presenta una serie de pasos que deben ejecutarse en el orden establecido para que *Prensa Estudiantil* cumpla exitosamente su curso. Cada vez que se llegue al último paso las acciones comenzarán nuevamente para que el circuito no se detenga.

La única acción cuya ejecución es anual es la creación del cronograma general de talleres por parte del coordinador de contenidos y el de comunicaciones, así como la captación de los miembros que formarán los equipos editoriales.

Todas las fases están ajustadas al período escolar venezolano establecido por el Ministerio del Poder Popular para la Educación: desde septiembre hasta julio del año siguiente.

La siguiente guía de procedimientos contempla sólo lo relacionado con los pasos, acciones y responsables del personal que trabaja en Aldea en relación a *Prensa Estudiantil*. En el marco de los principios contemplados en la política editorial, especialmente los de proactividad y responsabilidad, se ha decidido sistematizar sólo las funciones de los miembros de los equipos editoriales dentro de los colegios y no su modo de organizarse. Los procedimientos dependerán del ritmo y estructura de cada grupo de trabajo, siempre y cuando entreguen los resultados de esa labor en la fecha establecida por la coordinación de contenidos de *Prensa Estudiantil*.

Acciones anuales

<b>Pasos</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsables</b>
Agosto: semana 1	Generar estrategias de mercadeo para captar nuevos equipos editoriales en colegios	- Coordinador de comunicaciones
Agosto: semana 2 y 3	Revisar las estrategias de mercadeo y aprobar presupuesto	- Gerente de producto
Agosto: semana 4	Enviar solicitud de ejecución al diseñador	- Coordinador de comunicaciones
Agosto: semana 4	Producir <i>banners</i> , diseñar, volantes y preparar la identidad gráfica que se plasmará en el material POP, y que luego será enviada al coordinador de comunicaciones para su aprobación	- Diseñador/programador
Septiembre: semana 1	Enviar artes finales a las empresas que imprimirán los volantes y producirán el material POP	- Coordinador de comunicaciones
Septiembre: semana 2	Publicar <i>banners</i> en <a href="http://www.aldea.net.ve">www.aldea.net.ve</a> , los portales particulares de cada colegio miembro y las páginas web de los aliados comerciales de la marca Aldea.	-Diseñador/programador
Septiembre: semana 2	Crear el cronograma anual de talleres y los requisitos de ingreso	-Coordinador de contenidos
Septiembre: semana 2	Aprobar el cronograma de talleres	-Coordinador de comunicaciones
Septiembre: semana 3	Solicitar autorización a los directivos de los colegios para pegar afiches, entregar material POP, y para dictar charlas informativas sobre los	- Coordinador de comunicaciones

	requisitos de ingreso a <i>Prensa Estudiantil</i> en los salones de cuarto y quinto año de Educación Media	
Septiembre: semana 3	Enviar a colegios miembros de Aldea personal de la empresa especializado en convocatorias. Otros colegios se enterarán a través de las demás estrategia de mercadeo	- Gerente de producto
Septiembre: semana 4	Revisar los proyectos de los equipos editoriales postulados	- Coordinador de contenidos
Octubre: semana 1 y 2	Indicar al coordinador de comunicaciones cuáles fueron los equipos editoriales seleccionados	- Coordinador de contenidos
Octubre: semana 3	Convocar a los equipos editoriales a la reunión inaugural de esta edición de <i>Prensa Estudiantil</i>	- Coordinador de comunicaciones
Octubre: semana 4	Coordinar y efectuar la reunión inaugural	Coordinador de contenidos

### Acciones mensuales

<b>Pasos</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsables</b>
Semana 1	Recomendar un género periodístico para la edición del mes, a través de un correo electrónico	Coordinador de contenidos
Semana 1	Desarrollar las dinámicas y los materiales de estudio de los dos talleres que se realizarán en el mes	Coordinador de contenidos
Semana 1	Establecer horario y fecha del taller N° 1 y convocar a los miembros de <i>Prensa Estudiantil</i>	Coordinador de comunicaciones
Semana 1 y 2	Buscar y recopilar la información a través de fuentes	- Colaboradores - Responsables de sección

	documentales y vivas, así como apoyo fotográfico	
Semana 2	Dictar el taller N° 1 a los miembros de los equipos editoriales	Coordinador de contenidos
Semana 3	Redactar los contenidos de la publicación	- Colaboradores - Responsables de sección
Semana 3	Establecer horario y fecha del taller N° 2 y convocar a los miembros de Prensa Estudiantil	Coordinador de comunicaciones
Semana 3	Enviar los contenidos al director del equipo editorial	-Coordinador de sección
Semana 4	Dictar el taller N° 2 a los miembros de los equipos editoriales	Coordinador de contenidos
Semana 4	Ensamblar y revisar los contenidos	-Director del equipo editorial
Semana 4	Consultar con el profesor asesor la congruencia de los contenidos	-Director del equipo editorial
Semana 4	Enviar los textos e imágenes al coordinador de contenidos	-Director del equipo editorial
Semana 4	Editar los textos tomando en cuenta la guía de estilo y el diseño editorial	Coordinador de contenidos
Semana 4	Consultar con el coordinador de comunicaciones todo lo concerniente al cumplimiento de la política editorial de las publicaciones	Coordinador de contenidos
Semana 4	Enviar el material de las publicaciones revisado y editado	Coordinador de contenidos
Semana 4	Leer y enviar los textos e imágenes al diseñador/programador	Coordinador de comunicaciones
Semana 4	Diseñar y diagramar cada publicación escolar	Diseñador/programador
Semana 4	Solicitar autorización al gerente de producto para publicar los periódicos escolares en el portal <a href="http://www.aldea.net.ve/pestudiantil">www.aldea.net.ve/pestudiantil</a>	Diseñador/ programador

Semana 1 del siguiente mes	Publicar los periódicos escolares en el portal <a href="http://www.aldea.net.ve/pestudiantil">www.aldea.net.ve/pestudiantil</a>	Diseñador/programador
----------------------------	---	-----------------------

## **Programa de talleres *Prensa Estudiantil***

**Título del taller:** Bienvenida a *Prensa Estudiantil*

**Objetivo general:**

Proporcionar a los miembros de los equipos editoriales el corpus ideológico de la red de publicaciones *Prensa Estudiantil*.

**Objetivos específicos:**

- Destacar la importancia de cumplir la política editorial de *Prensa Estudiantil*.
- Instruir a los miembros de los equipos estudiantiles sobre la realización del diseño editorial cumpliendo con los parámetros de *Prensa Estudiantil*.
- Proporcionar a cada equipo editorial una guía de estilo de *Prensa Estudiantil* como recurso didáctico para la redacción de textos.
- Indicarles a los miembros de los equipos editoriales cuáles son las acciones, pasos y responsables al momento de producir su publicación.

**Programa:**

- I. Palabras de bienvenida.
- II. Dinámica para la presentación de los asistentes.
- III. Lectura y explicación de la política editorial.
- IV. Entrega y explicación del uso del diseño editorial y la guía de estilo.
- V. Explicación de los procedimientos para llevar a cabo las publicaciones mensuales de *Prensa Estudiantil*.
- VI. Preguntas y respuestas.

**Bibliografía:**

Política Editorial *Prensa Estudiantil*.

Diseño editorial *Prensa Estudiantil*.

Guía de estilo *Prensa Estudiantil*.

Guía de Procedimientos *Prensa Estudiantil*.

**Título del taller:** Fuentes de información en el periodismo

**Objetivo general:**

Explicar las fuentes de información que emplean los periodistas para desarrollar sus trabajos.

**Objetivos específicos:**

- Diferenciar las fuentes vivas de las documentales.
- Recalcar la importancia de una correcta atribución de las fuentes en la labor periodística.

**Programa:**

- I. Concepto de fuente de información.
  - 1.1 Fuentes vivas.
  - 1.2 Fuentes documentales.
  - 1.3 Fuentes identificadas.
  - 1.4 Fuentes no identificadas.
  - 1.5 Fuentes para citar.
  - 1.6 Fuentes que proporcionan contexto.
  - 1.7 Fuentes oficiales.
  - 1.8 Fuentes extraoficiales.
  - 1.9 Fuentes de primera y segunda mano.
- II. Concepto de atribución.
  - 2.1 Atribución directa.
  - 2.2 Atribución indirecta.
  - 2.3 Verbos de atribución.
- III. Uso de las citas.

**Bibliografía:**

Benavides, J. L.; Quintero, C. (2005). *Escribir en Prensa*. España: Prentice Hall. Segunda edición.

Martínez, J.; Santamaría, L. (1993) *Manual de Estilo*. Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa. Estados Unidos: Inter American Press Books.

**Título del taller:** Los géneros periodísticos

**Objetivo general:**

Exponer las claves principales de los distintos géneros periodísticos tomando en cuenta sus definiciones, características y la pertinencia de su selección al momento de redactar.

**Objetivos específicos:**

- Clasificar los géneros periodísticos según la intención del redactor.
- Diferenciar los géneros informativos de los de opinión.

**Programa:**

I. Los géneros periodísticos.

1.1 Géneros informativos.

1.1.1 Noticia. Definiciones y características.

1.1.2 Entrevista. Definiciones y características.

1.1.3 Reportaje informativo. Definiciones y características.

1.1.4 Encuesta periodística. Definiciones y características.

1.2 Géneros de opinión.

1.2.1 Artículo. Definiciones y características.

1.2.2 Editorial. Definiciones y características.

1.3 La crónica, un género intermedio.

II. Otros géneros. Definiciones y características.

1.4 La mancheta.

1.5 La caricatura.

III. Dinámica: adivinanzas con el uso de los géneros periodísticos.

**Bibliografía:**

Castro, E.; Feijóo, A. *Guía para la redacción de géneros periodísticos informativos impresos, dirigida estudiantes de Comunicación Social de la UCAB.*

Ronderos, León, Sáenz Et Al. (2004). *¿Cómo hacer periodismo?.* Revista Semana. Colombia: Editorial Aguilar.

**Título del taller:** Ortografía y vocabulario

**Objetivo general:**

Indagar el nivel de vocabulario de los miembros de los equipos editoriales, así como su capacidad comunicativa escrita y ortografía.

**Objetivos específicos:**

- Incentivar a los miembros de *Prensa Estudiantil* a consultar el diccionario, tanto para buscar palabras desconocidas, como para memorizar nuevos vocablos o consultar la ortografía.
- Desarrollar una dinámica que permita a los participantes explorar dentro de su bagaje cultural a través del uso de palabras que conocen pero que no emplean cotidianamente.
- Presentar una lista de errores ortográficos y sintácticos frecuentes, junto con sus respectivas correcciones, para que los participantes puedan consultarla fácil y rápidamente cada vez que presenten dudas al momento de redactar.

**Programa:**

- I. La ortografía. Definición.
  - 1.1 Reglas de acentuación.
    - 1.1.1 El diptongo.
    - 1.1.2 El Hiato.
    - 1.1.3 El triptongo.
    - 1.1.4 Acentuación de monosílabos.
  - 1.2 Las mayúsculas.
  - 1.3 Vicios de ortografía.
- II. Dinámica sobre léxico: presentar la mayor cantidad de sinónimos de una misma palabra en un lapso cronometrado.

**Bibliografía:**

Franco, A.(1999). *Curso de Lengua ortografía y morfosintaxis para estudiantes de Comunicación Social*. Maracaibo: La Universidad del Zulia Facultad de Humanidades y Educación.

Real Academia Española (2002). *Ortografía de la Lengua Española*. Madrid: Espasa.

**Título del taller:** La Noticia, insumo básico para la información periodística

**Objetivo general:**

Profundizar en las características de la noticia como género fundamental del periodismo.

**Objetivos específicos:**

- Explicar las partes de una noticia y el esquema tradicional de la pirámide invertida.
- Destacar los criterios de novedad, sencillez, claridad y concisión presentes en la noticia para captar la atención del lector.

**Programa:**

- I. Las 5 w: qué, quién, cómo, cuándo y dónde.
- II. La noticia. Definición y estructura.
  - 2.1 Cabeza o lid. Definición y clasificación.
    - 2.1.1 Lid descriptivo.
    - 2.1.2 Lid de rabiosa actualidad.
    - 2.1.3 Lid narrativo.
  - 2.2 Cuerpo.
  - 2.3 Cola.
- III. Tipos de noticias.
  - 3.1 Noticias de sumario.
  - 3.2 Noticias cronológicas.
  - 3.3 Noticias de situación.
  - 3.4 Noticias complementarias.
- IV. Dinámica: redacción de una noticia a partir de una dramatización.

**Bibliografía:**

- Foncuberta, M. (1993). *La Noticia. Pistas Para Percibir El Mundo*. España: Paidós.
- Grijelmo, A. (2003). *El Estilo Del Periodista*. México: Taurus. Décima Edición.
- Secanella, P. (1980). *El lid, fórmula inicial de la noticia*. Barcelona: A.T.E.

**Título del taller:** Estilo periodístico en la red

**Objetivo general:**

Adaptar el estilo periodístico a las tendencias digitales.

**Objetivos específicos:**

- Destacar la síntesis de la información como una herramienta fundamental del ciberperiodismo.
- Señalar las diferencias y semejanzas entre las publicaciones impresas y las digitales.
- Indicar la importancia de la ruta hipertextual y los enlaces en la web.

**Programa:**

- I. El periodismo impreso frente al ciberperiodismo.
- II. La Titulación.
- III. Economía de las palabras.
- IV. El regreso de la pirámide invertida.
- V. La información o la idea principal cuanto antes.
- VI. Ruta hipertextual y enlaces.
- VII. Dinámica: Transformar una noticia del periodismo impreso al digital, utilizando hipertexto y los enlaces que los participantes consideren pertinentes.

**Bibliografía:**

Díaz Noci, J.; Salaverría R. (2003) *Manual De Redacción Ciberperiodística*. Ariel Comunicación.

Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. México: Taurus. Décima edición.

**Título del taller:** Entrevista como género y como técnica

**Objetivo general:**

Analizar las bases metodológicas y la estructura de la entrevista periodística.

**Objetivos específicos:**

- Presentar la entrevista como género periodístico que sirve para extraer elementos de calidad noticiosa.
- Distinguir los distintos tipos de entrevista y su pertinente enfoque al momento de la redacción.
- Orientar a los participantes con recomendaciones para abordar a los entrevistados.

**Programa:**

- I. La entrevista: una técnica para recolectar información.
  - 1.1 La documentación e investigación.
  - 1.2 La creación de un cuestionario.
- II. La entrevista periodística. Definición y estructuras.
  - 2.1 Entrevista pregunta-respuesta.
  - 2.2 Entrevista ping pong.
  - 2.3 Entrevista elaborada.
- III. Tipos de entrevista. Definiciones y características.
  - 3.1 Entrevista informativa.
  - 3.2 Entrevista a de opinión.
  - 3.3 Entrevista de personalidad.
- IV. Recomendaciones para abordar al entrevistado.
- V. Dinámica: ejercicio de entrevista entre los mismos participantes.

**Bibliografía:**

- Balsebre, A., Mateu, M.; Vidal, D. (1998). *La Entrevista En Radio, Televisión Y Prensa*. Madrid: Cátedra.
- Dragnic, O. (s/f). *La entrevista de personalidad*. Universidad Central de Venezuela. Fondo Editorial de Humanidades.

**Título del taller:** Crónica y artículo de opinión: aventura y libertad en el texto

**Objetivo general:**

Explicar los conceptos y características de la crónica y el artículo de opinión partiendo de ejemplos notables redactados por periodistas veteranos.

**Objetivos específicos:**

- Incentivar la creatividad.
- Indicar la importancia de la descripción como un recurso útil en la escritura de crónicas y artículos de opinión.
- Redactar textos interpretativos que requieran contraste de información y juicio personal.

**Programa:**

- I. La crónica: un género intermedio.
  - 1.1 La recopilación de la información: la importancia de estar presente en el lugar de los hechos.
  - 1.2 La redacción.
    - 1.2.1 El empleo de la primera persona.
    - 1.2.2 La descripción minuciosa.
    - 1.2.3 Las conexiones útiles: metáfora y símil.
- II. El artículo de opinión. Definición y características.
  - 2.1 La documentación: redactar con criterio.
  - 2.2 La argumentación siempre presente.
- III. Dinámica 1: lectura grupal de una crónica y de un artículo de opinión notables.
- IV. Dinámica 2: redacción de una crónica.

**Bibliografía:**

Silva, M.; Molano, R. (2006). *Las Mejores Crónicas De Gatopardo*. Bogotá: Colección Actualidad, Debate.

Herrera, E. (1986). *La Magia De La Crónica*. Caracas: Universidad Central De Venezuela.

Ronderos, León, Sáenz Et Al. (2004). *¿Cómo Hacer Periodismo?*. Revista Semana.  
Colombia: Editorial Aguilar.

Grijelmo, A. (2003). *El Estilo Del Periodista*. México: Taurus. Décima Edición

**Título del taller:** El lector siempre quiere saber más: Reportaje informativo

**Objetivo General:**

Entender el reportaje como un género periodístico donde se muestra un fenómeno, sus manifestaciones, sus causas y sus consecuencias a profundidad.

**Objetivos específicos**

- Explicar concepto de hipótesis y su formulación.
- Orientar al alumno en la búsqueda de ideas para el reportaje.
- Enumerar los pasos del reportaje.

**Programa**

I. Pasos del reportaje.

1.1 Revisión de la bibliografía.

1.2 Recolección de datos.

1.3 Definición del problema y segmentación en preguntas específicas.

1.4 Formulación de suposiciones.

1.5 Prueba de las hipótesis.

II. Intuición y enfoque.

III. Recomendaciones para la búsqueda de ideas.

IV. Dinámica: lectura de los reportajes más interesantes que hayan encontrado en periódicos o revistas.

**Bibliografía**

Ronderos, M., León, J., Sáenz, M. Grillo, A., García, C. *Cómo Hacer Periodismo* Revista Semana. Editorial Aguilar, Colombia.

Ulibarri, E. (2003) *Idea Y Vida Del Reportaje* Editorial Trillas. Segunda Edición. México.

**Título del Taller:** Ética periodística

**Objetivo general:**

Entender el ideal ético de un periodista como el alcanzar la verdad de un hecho noticiable y comunicarlo.

**Objetivos específicos**

- Explicar qué es la ética.
- Indicar cuál es la proyección de la ética en las diferentes aristas del ejercicio periodístico.
- Enumerar los diez principios de deontología periodística aprobados por la UNESCO.

**Programa**

I. ¿Qué es ética?

II. Desafíos de la ética al periodismo.

2.1 Ética en la relación reportero – fuente.

2.2 Ética del redactor ante la noticia.

2.3 Ética publicitaria.

2.4 Ética en la opinión.

2.5 Ética en el tratamiento temático.

2.5.1 Ética en el dominio propietario de los medios.

2.5.2 Ética en la relación con el público.

2.5.3 Ética del editor.

III. Deontología periodística.

**Bibliografía**

Código de Ética del Periodista de Venezuela.

Declaración de Chapultepec (1994).

Rivadeneira, R. (2004) *Periodismo. La Teoría General De Los Sistemas Y La Ciencia De La Comunicación* Editorial Trillas. México.

**Título del taller:** Fotografía digital

**Objetivo General:**

Lograr que el estudiante adquiriera las destrezas básicas de fotografía digital y manejo de equipo fotográfico para saber documentar adecuadamente y objetivamente el hecho noticioso.

**Objetivos Específicos:**

- Explicar el dominio de la cámara fotográfica.
- Explicar las nociones básicas sobre el manejo de la luz.
- Lograr describir una noticia en una imagen.
- Identificar y superar errores derivados de una mala práctica.

**Programa:**

I. Funcionamiento de la cámara fotográfica.

- 1.1 Apertura del diafragma.
- 1.2 Velocidad de obturación.
- 1.3 Utilización de la luz natural.
- 1.4 Profundidad de campo.

II. Composición y tipos de planos.

- 2.1 Primerísimo primer plano.
- 2.2 Primer plano.
- 2.3 Plano medio.
- 2.4 Plano americano.
- 2.5 Plano entero.

III. Uso adecuado del flash.

IV. Acercamiento al hecho noticioso.

V. Dinámica 1: Revisión de fotografías históricas vistas desde el punto de vista periodístico.

VI. Dinámica 2: Ejercicio de toma de fotografías empleando distintos planos.

**Bibliografía:**

McWhinnie, A. (2000). Manual Esencial de Fotografía. Madrid: Edimat Libros.

Olsenius, R. (2005). Guía de Fotografía en Blanco y Negro. México D.F.: Oceano.

Rehm, M. K. (1978). Curso Básico de Fotografía en Blanco y Negro. Barcelona:  
Daimon.

**Título del Taller:** Liderazgo, proactividad y trabajo en equipo

**Objetivo general:**

Identificar las características básicas de un líder, con énfasis en el liderazgo situacional en el trabajo en equipo.

**Objetivos específicos:**

- Indagar sobre los modelos de liderazgo que siguen los miembros de los equipos editoriales.
- Identificar las características básicas de un líder.
- Explicar el liderazgo situacional en el desarrollo del trabajo en equipo.

**Programa**

- I. Dinámica de apertura: cada participante hablará de sus líderes favorito del ámbito nacional o mundial.
- II. Características básicas de un líder.
- III. Identificar Modelos de liderazgo.
- IV. Liderazgo situacional y trabajo en equipo.
- V. Dinámica: se presentan problemas hipotéticos de diversa índole que los participantes deben resolver en conjunto, y se observa quién asume el liderazgo en cada situación.

**Bibliografía**

- Hesselbein, F., Goldsmith M., Beckhard R. Fundación Drucker (2006) *El Líder Del Futuro*. Editorial Deusto.
- Lowney, C. *El Liderazgo Al Estilo De Los Jesuitas*. Traducción Jorge Cárdenas Nannetti. Grupo Editorial Norma.

**Título del Taller:** Planificación y gerencia del tiempo

**Objetivo general:**

Brindar herramientas básicas de planificación y elaboración de un cronograma para que los asistentes consigan los objetivos planteados de una manera eficiente.

**Objetivos específicos:**

- Presentar los elementos básicos de una planificación.
- Explicar la diferencia entre eficacia y eficiencia.
- Revisar los siete hábitos de la gente altamente efectiva.

**Programa**

I. Dinámica: enumerar las actividades en las que están los asistentes y que indiquen en un cuadro la cantidad de horas que le dedican a cada una.

II. Elementos básicos de la planificación.

III. Eficacia vs. Eficiencia.

IV. Siete hábitos de la gente altamente efectiva.

**Bibliografía**

Covey, S. (1997) *Los Siete Hábitos De La Gente Altamente Efectiva*. Editorial Paidós Plural. España.

**Título del Taller:** Comunicación y Libertad de Expresión

**Objetivo general:**

Ubicar a los asistentes en el marco jurídico que ampara la libertad de expresión y el derecho a la información en Venezuela.

**Objetivos específicos**

- Definir qué es la libertad de expresión.
- Definir qué es el derecho a la información.
- Explorar el ejercicio de estos derechos en el contexto venezolano.

**Programa**

I. Presentar el marco legal de Prensa Estudiantil.

II. Libertad de expresión.

2.1 Limitaciones.

2.2 Restricciones.

III. Derecho a la información.

3.1 Acceso a la información pública.

**Bibliografía**

Marco Legal De Prensa Estudiantil.

**Título del Taller:** ¿Qué tan periodista eres? *Reto Prensa Estudiantil*

**Objetivo General:**

Indagar sobre la retención de los elementos periodísticos explicados en talleres anteriores en el marco del cierre de la edición del proyecto *Prensa Estudiantil* correspondiente al año escolar en curso.

**Objetivos específicos:**

- Observar el grado de retención de elementos periodísticos explicados en talleres anteriores.
- Indagar sobre la cultura general y grado de actualidad noticiosa que poseen los miembros de los equipos editoriales.
- Cerrar la edición del proyecto Prensa Estudiantil correspondiente al año escolar en curso.
- Conocer las conclusiones y aprendizajes de los miembros de los equipos editoriales.
- Otorgar certificados de participación.

**Programa**

- I. Realizar el Reto Prensa Estudiantil.
- II. Retroalimentación general con los comentarios de los miembros del proyecto.
- III. Entrega de certificados.

**Bibliografía**

Principales periódicos - Actualidad noticiosa.  
Libros de bibliografías de talleres anteriores.

## **Recomendaciones para las visitas guiadas**

En la iniciativa *Prensa Estudiantil* se busca generar un espacio de formación integral para los miembros de los equipos editoriales involucrados en el proyecto. La realización de visitas guiadas a medios de comunicación social es un componente esencial para complementar el programa de talleres.

Las visitas guiadas se realizarán tomando en cuenta los siguientes elementos:

- Seleccionar medios de comunicación con distintas líneas y políticas editoriales.
- Incluir medios radiofónicos y televisivos para que los miembros de los equipos editoriales puedan tener una experiencia integral sobre el ejercicio del periodismo empleando diferentes formatos.
- Escoger preferiblemente medios que brinden facilidades y apoyo logístico para visitas guiadas.
- Realizar una visita cada cuatro talleres para otorgar dinamismo al proyecto.

## GLOSARIO

Para facilitar el acercamiento de quienes participan en la iniciativa *Prensa Estudiantil* a términos que puedan resultar ajenos al uso común, se anexa un glosario básico cuyos conceptos, en su mayoría, han sido tomados del *Manual de periodismo escolar* de Luis M. García P. y Xiomara Rojas V. (2005) y el *Diccionario de Comunicación Social* de Olga Dragnic (1994).

### A

**Actualidad:** vigencia temporal. Factor esencial que permite que un hecho sea noticia. Característica de un hecho reciente o que ocurre en el momento.

**Amarillismo:** desviación de quien practica el periodismo faltando a la verdad, explotando los bajos instintos humanos y escandalizando aspectos de la vida privada de personajes públicos, distorsionando la verdad.

**Antetítulo:** línea o renglón corto que antecede al título y casi siempre va situado sobre él en letras más pequeñas.

**Artículo:** texto de opinión escrito por un colaborador del medio de comunicación.

**Atribución:** se refiere a adjudicar determinada frase o declaración a la fuente de información.

### C

**Caricatura:** espacio de opinión ilustrado que gráficamente comenta, a veces con la ayuda de un texto breve, hechos, situaciones o personajes de actualidad.

**Cita:** reproducción literal de un texto escrito o de frases pronunciadas por un personaje.

**Cola:** última parte de la noticia luego del encabezamiento y cuerpo. La cola agrega a la información detalles complementarios para su mejor comprensión.

**Columnista:** articulista de opinión que escribe un espacio de aparición periódica en un periódico o revista.

**Comunicación:** proceso de intercambio de mensajes elaborados con base en un lenguaje que comparten emisores y receptores. La comunicación hace posible las relaciones entre las personas y la convivencia.

**Comunidad:** ámbito o entorno cercano donde interactúan las personas. La escuela, por ejemplo, es una comunidad educativa.

Sección de la prensa dedicada a la actividad de los vecinos de urbanizaciones, barrios, etc. que se organizan.

**Crónica:** es el relato de hechos o situaciones combinado con las interpretaciones del periodista y redactado con el estilo personal del autor.

## D

**Diagramación:** arte y actividad que consiste en distribuir los elementos gráficos de las páginas en forma armoniosa, equilibrada y legible.

**Diseño:** concepción gráfica, perfil visual de una publicación periódica. El diseño define la identidad de un periódico ante el público. El diseño permite reconocer un periódico por la disposición de sus elementos.

**Diseño editorial:** organización y jerarquización de los contenidos en secciones para facilitar la búsqueda de información y la comprensión de los textos e imágenes en periódicos, revistas y libros.

## E

**Entrevista:** género que consiste en efectuar un diálogo con una persona e incorporarlo todo o en una parte a la información. En la entrevista el reportero obtiene su información a través de una serie de preguntas.

**Ética:** conjunto de principios y normas de conducta que establecen el deber ser o las pautas para el correcto desempeño en una tarea. La ética está vinculada a la acción moralmente bien hecha.

**Estilo:** manifestación conceptual que en el periodismo adopta diferentes modalidades expresivas, a fin de seleccionar las palabras adecuadas para responder atractivamente a las necesidades y expectativas de la audiencia.

## F

**Formato:** tamaño de una publicación a partir de una unidad convencional.

**Fuente:** área o especialidad a la cual el redactor o reportero dedica su trabajo.

**Fotorreportaje:** composición ilustrativa que reúne varias fotografías diagramadas de tal modo que, por su temática, combinen entre sí y que en conjunto logren un significado especial.

## G

**Género:** formas que puede asumir la elaboración y presentación de textos.

**Guía de Estilo:** es un cuerpo sistematizado de recomendaciones que orientan los usos expresivos en un medio de comunicación.

**Guía de procedimientos:** consecución de pasos y acciones que se deben llevar a cabo para obtener un determinado producto. Las guías o manuales de procedimiento atienden a la necesidad de las organizaciones de contar con un documento de fácil asimilación que contenga lo más sustancial sobre determinado tema.

## H

**Hipertexto:** es el enlace de contenidos informativos por asociación de ideas que conduce a un usuario de computadora, por medio de un clic, desde un texto a otro.

## I

**Infografía:** información gráfica, artes combinadas en un conjunto con un texto, figura o símbolo, que comunica datos al lector. Gráfico o conjunto de ellos que se elabora, a través de un computador, y que unido a títulos y textos breves, permite la mejor comprensión de un tema por parte de los lectores. La infografía emplea ilustraciones, tablas, fotogramas, etc. Su objetivo es informativo.

**Información:** noticia o dato para elaborarla. Una de las funciones y servicios que prestan los medios de comunicación social.

**Intertítulo:** pequeño título que se inserta en medio de un texto para establecer una separación en los bloques temáticos tratados en un mismo trabajo y facilitar la lectura.

**Interactividad:** cuando un mensaje se vincula con varios elementos previos y existe una especie de diálogo entre el usuario y su computadora.

**Imparcialidad:** ausencia de posición preconcebida a favor o en contra de personas o cosas al estudiarlas o tratarlas. En periodismo, el concepto se extiende a la manera de elaborar las informaciones.

## J

**Jerarquización:** práctica que establece los criterios que señalan el orden de importancia de las informaciones a publicar y del lugar que ocuparán.

## L

**Lid o lead:** expresión que describe al encabezamiento de la noticia, particularmente al primer párrafo del texto noticioso. En él debe concentrarse el elemento más impactante de la información. Habitualmente el *lead* refiere a lo contenido en el título de la noticia.

**Leyenda:** texto breve, generalmente una frase, que acompaña las ilustraciones o fotografías de una publicación periodística.

**Libertad de expresión:** es el derecho que todo ciudadano tiene a pensar y expresarse sin más restricciones que el derecho de los demás.

**Logotipo:** forma gráfica que combina el nombre de un producto y la manera gráfica como se expresa e identifica la publicación o la empresa que la edita. El logotipo está compuesto por una parte lingüística (nombre y lema); una tipográfica (el tipo de letra con el que está escrito); una cromática (los colores); una gráfica (el emblema) y por un elemento morfológico (posición y disposición en el espacio físico del papel o el área destinada al texto, en el caso de los medios electrónicos).

## M

**Mancheta:** frase editorial. Expresión breve que fija la opinión del periódico.

**Multimedialidad:** es la convergencia de texto, video y sonido, se trata de la integración de medios para la elaboración y transmisión de mensajes, con el fin de alcanzar mejores efectos y la mayor audiencia posible.

## N

**Noticia:** relato de un hecho real, novedoso y poco común, que por su interés y actualidad llama la atención de la gente. Información. Género informativo de primera importancia. Materia prima que constituye los espacios informativos de los medios audiovisuales y los periódicos.

## O

**Off the record:** término en inglés que se refiere a que la información proporcionada por la fuente es de carácter confidencial.

**Opinión:** creencias, juicios de valor, conceptos y posiciones que tiene una persona sobre un asunto determinado.

**Organigrama:** es la representación gráfica de la estructura de una organización, tomando en cuenta los cargos de aquellos que la integran o los departamentos con los que cuenta.

## P

**Periodicidad:** lapso regular en el cual circula una publicación. Frecuencia de aparición de un medio.

**Periodismo:** actividad, arte, técnica de expresarse a través de los medios de comunicación social. Tarea que se cumple para informar, educar y recrear por los medios masivos. Profesión a la cual se dedican los periodistas.

**Periodista:** Persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.

**Pirámide invertida:** técnica periodística que consiste en colocar lo más destacado de una información al inicio del texto y dejar para el final datos complementarios. Se ilustra como una pirámide donde la base es el lid y la punta es la cola.

**Política editorial:** conjunto de postulados de carácter ideológico, político y social que rigen la actuación y los procedimientos de un medio de comunicación social en su relación con los poderes instituidos y la sociedad en su totalidad.

**Portada:** primera página de una publicación. El término, aunque tiene validez general, se usa, sobre todo, para distinguir la carátula o primera página de libros, folletos y revistas.

**Prensa:** resultado material de los procesos periodísticos. En sentido amplio, es toda industria de los medios de información: impresos y audiovisuales.

**Publicidad:** ciencia de la comunicación que estudia la influencia de los mensajes en la conducta humana, así como sus necesidades y hábitos con el objeto de aplicar estos datos a estrategias de venta y promoción de bienes y servicios.

Segmento de los medios para la difusión de anuncios comerciales de servicios y otros avisos.

## R

**Reportaje:** género periodístico complejo que se nutre de la investigación, la información y la interpretación, agregando el análisis de causas y consecuencias a la gran narración noticiosa.

**Reseña:** es la descripción de un hecho de actualidad elaborada y jerarquizada por el redactor, como testimonio de su presencia en el sitio del suceso.

**Responsable:** persona que asume el compromiso de compilar y revisar los contenidos de una sección de la publicación.

## S

**Secciones:** es la división de una publicación por área temática.

**Sensacionalismo:** estilo periodístico que consiste en destacar gráficamente las noticias con el fin de acentuar su impacto y promover la venta del periódico o la sintonía del espacio informativo. El sensacionalismo tiende a exagerar, pero no miente.

**Sumario:** párrafo independiente que complementa la información del titular, sin repetirla.

## T

**Tabú:** prohibición de usar una palabra por lo controvertido de su significado.

**Target:** se refiere al público. Segmento de una población al cual va dirigido un medio o mensaje. El *target* se establece por niveles de ingreso o estatus socioeconómico.

## V

**Veracidad:** condición de ciertas, verdaderas y creíbles que deben tener las noticias que se ofrecen al público, prescindiendo de elementos fantásticos o inverosímiles que disminuyan la credibilidad de la información, del medio que la transmite y del que la reporta.

**Verdad:** razón principista a la cual se debe el periodista y todo aquel que hace uso de los medios de comunicación. La verdad es la esencia de la libertad de pensamiento, de la armonía interior y de la convivencia social. Premisa básica para el ejercicio de la información.

## CONCLUSIONES

Los equipos editoriales de periodismo estudiantil son el componente idóneo del mundo académico para difundir información sobre la comunidad educativa; pero, más que eso sirven para convertirse en vigilantes de todas las instancias que funcionan en ese contexto.

La prensa estudiantil se vuelve entonces una versión miniatura del periodismo profesional; sin embargo, su peculiaridad está en la motivación de quienes la construyen, pues a diferencia de ser expertos en el oficio, son adolescentes que están descubriendo lo que puede lograrse con el poder de los medios de comunicación: informar, opinar y denunciar a gran escala e influir en otros. De esta manera se dan cuenta también de que en sus manos tienen una herramienta de expresión que catapulta sus ideas y los vuelve ciudadanos que ejercen sus derechos de manera responsable y consciente.

El periodismo estudiantil contribuye a estimular en los alumnos el interés por realizar trabajos de calidad y creativos, donde involucran sus vocaciones, sueños, habilidades y deseos; pero más allá de lo personal les ayuda a desarrollar el espíritu cooperativo que es fuente de enseñanza y que favorece a la construcción social del conocimiento.

Para que una experiencia de periodismo estudiantil funcione requiere más que de intuición. Sistematizar pasos, colocar ciertas normas generales y tener una misión y visión clara proporcionan una base sólida para que cualquier organización, y especialmente las de este tipo, funcionen y se mantengan en el tiempo.

Luego de esta investigación es posible afirmar que en oportunidades pasadas el periodismo estudiantil en Venezuela no ha sido consistente, ni ha perdurado, por

falta de organización, presupuesto, asesoría especializada o por simple indisposición de los estudiantes u otros miembros del entorno académico.

No sólo son escasos los periódicos escolares con muchos números de publicación, sino que también es poca la bibliografía o teorización sobre la materia en Venezuela; y cuando existe, suele ser muy general. Otros países hispanoamericanos están mucho más avanzados actualmente en periodismo estudiantil, ejemplos claros son: España, Argentina, México y Guatemala.

La expansión de los medios de comunicación y su presencia contundente en la cotidianidad ha hecho que el interés de los ciudadanos por convertirse en propulsores de mensajes masificados aumente al mismo ritmo. El caso adolescente no es una excepción y especialmente ellos se han valido de los instrumentos tecnológicos para ganar mayores espacios de participación. El proyecto *Prensa Estudiantil* desarrollado en el portal [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve) tiene la peculiaridad de que sólo se puede materializar si parte de los interesados en leer la red de publicaciones tienen también la inquietud de convertirse en sus propios creadores.

Las tecnologías de información y comunicación tienen entonces un papel fundamental en el desarrollo de iniciativas como *Prensa Estudiantil*, ya que una vez incluido en la cotidianidad del estudiante permiten el acceso e intercambio de información de un modo más sencillo, más rápido y más efectivo que las ediciones impresas.

El estudiante es el creador de su propia ruta de exploración del entorno, los temas que escoge los trabaja y los publica en el periódico digital; y otros alumnos encuentran allí informaciones que satisfacen su curiosidad por el acontecer de la comunidad educativa.

La claridad, concisión y la capacidad de captar la atención del lector son tan clave en el periodismo como al momento de generar la producción editorial de la misma publicación. La sencillez se vuelve fundamental en la ejecución de un proyecto llevado a cabo por estudiantes adolescentes que deben cumplir con sus asignaciones académicas y que tienen escaso tiempo para dedicarle a lo extracurricular.

La empresa *Ip-Nework* a través de su marca *Aldea* ha buscado construir una herramienta eficiente para el estudiante actual, que contenga la mayor oferta y responda a múltiples requerimientos en un mismo espacio. El portal [www.aldea.net.ve](http://www.aldea.net.ve) tiene entretenimiento, información variada y con *Prensa Estudiantil* el público meta tiene ahora además la posibilidad de convertirse en redactor de contenidos o en lector de textos escritos por su grupo de pares.

Esta iniciativa resulta novedosa en Venezuela porque no existe ningún portal que les brinde a los estudiantes un espacio gratuito para la creación de su periódico estudiantil digital. Además los miembros de los equipos editoriales que constituyen el insumo de *Prensa Estudiantil* obtienen un resultado de calidad sin demasiado esfuerzo gracias a la asesoría del personal de *Aldea* que se encarga de la edición, publicación, diseño y diagramación del contenido escrito por los estudiantes.

Cabe destacar que el resultado final no es un periódico digital como los que se conocen hoy por los grandes diarios del mundo que han hecho también su versión para la web, sino que más bien, las publicaciones de *Prensa Estudiantil* presentan una forma similar a una revista impresa, con su linealidad y estructura, pero con llamativos diseños que se presentan en pantalla para conectar las nuevas tecnologías y el medio electrónico con las formas tradicionales del periodismo estudiantil.

El periódico estudiantil es un espacio de aprendizaje, desde una perspectiva más integral, de los logros y deficiencias de la comunidad. Este reflejo de la

cotidianidad del adolescente se proyecta favorablemente con el ejercicio de una sana libertad de expresión, factor imprescindible para la construcción de una sociedad transparente y democrática.

Valores como el trabajo en equipo, los compromisos asumidos y cumplidos con sus iguales, la consecución de un cronograma de tareas y unas obligaciones adicionales a la agenda académica que exigen los profesores, va forjando en el equipo editorial criterios de responsabilidad, proactividad y sana competitividad.

## RECOMENDACIONES

La pasantía desarrollada dependió de los requerimientos de la empresa *Ip-Network* y su marca *Aldea* de crear un sistema editorial digital que sirviera de base, en materia de redacción y estructura, para una red de publicaciones llamada *Prensa Estudiantil*, y que a su vez se convirtiera en referencia para otros proyectos similares dentro de la organización.

Pero, como en toda empresa, la disponibilidad económica para costear la iniciativa tuvo sus limitaciones. Por esta razón la producción editorial y la ejecución del proyecto estuvieron siempre ajustados al concepto de eficiencia, es decir se buscó optimizar los recursos y alcanzar al mismo tiempo el mayor nivel de productividad posible.

La aplicación de la red de *Prensa Estudiantil* se encuentra en período de experimentación. Las publicaciones que contiene actualmente cuentan apenas con los elementos básicos de la prensa digital de estos tiempos: simplicidad, consistencia, contraste y eficacia; pero existen aún varios elementos por integrar que requieren tanto tiempo, como recursos humanos y económicos, para lograr una interfaz integral.

Se propone incluir el elemento de retroalimentación e interactividad, características principales de lo que hoy se denomina como *Web 2.0*. Si bien existe un correo electrónico de contacto para que los usuarios del portal envíen sus comentarios, esto no es suficiente para generar el sentido de inmediatez que tanto se desea de la web. El hipertexto y la interactividad pueden aportar un dinamismo adicional a *Prensa Estudiantil*, que no se lograría de quedarse en la linealidad con la que se desarrolla la iniciativa en este momento.

El hipertexto o capacidad de enlazar contenidos por medio de un simple clic sería apropiado, por ejemplo, en los nodos de portada o titulares de cada publicación para que conduzcan al usuario directamente a los textos e imágenes que le interesan,

sin necesidad de pasar por otros contenidos linealmente y creando su propia ruta de navegación.

El nuevo escenario digital demanda la adecuación de los espacios web a la multimedialidad y a pesar de que la red *Prensa Estudiantil* está inserta en un portal donde convergen texto, sonido y video, ella en sí misma no es multimedia. La recomendación es que se dediquen espacios dentro de la sección *Prensa Estudiantil* donde se empleen recursos alternativos de información como son efectivamente el sonido y video, pero es favorable que las publicaciones se mantengan con mensajes textuales tradicionales porque la yuxtaposición de soportes puede provocar en el usuario una saturación que desvíe su intención original de revisar los contenidos escritos. Hay que aclarar que incluir sonido y video sin verdadera justificación puede provocar, o una narración duplicada de un mismo contenido que moleste al usuario, o dos narraciones divergentes que confundan al internauta que asimila la información.

## BIBLIOGRAFÍA

- Benavides, J. L.; Quintero, C. (2005). *Escribir en Prensa*. España: Prentice Hall. Segunda edición.
- Balsebre, A., Mateu, M.; Vidal, D. (1998). *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Cátedra.
- Castro, E.; Feijóo, A. *Guía para la redacción de géneros periodísticos informativos impresos, dirigida estudiantes de Comunicación Social de la UCAB*.
- Cabero, J (2007). *Las Nuevas Tecnologías en la Sociedad de la Información. Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Caro, F. (2006) *Gestión de empresas informativas*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Consultado el 3 de junio de 2008 en:  
[http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/8448156048/459567/Cap\\_Muestra\\_caro1\\_8448156048.pdf](http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/8448156048/459567/Cap_Muestra_caro1_8448156048.pdf)
- Covey, S. (1997) *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*. Barcelona: Editorial Paidós Plural. España.
- Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (2003) *Manual de Redacción Ciberperiodística*. España: Ariel Comunicación.
- Dragnic, O. *La entrevista de personalidad*. (s/f). Universidad Central de Venezuela. Fondo Editorial de Humanidades.
- Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2003). *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Tercera edición. Caracas.
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. España: Paidós.
- Franco, A. (1999). *Curso de Lengua ortografía y morfosintaxis para estudiantes de Comunicación Social*. Maracaibo: La Universidad del Zulia Facultad de Humanidades y Educación.
- Freinet, Celestin. *El texto libre. El periódico escolar*. Editorial Laboratorio Educativo.
- García P, Luis M y Rojas V, Xiomara. (2005). *Manual de Periodismo Escolar*.

- Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. México: Taurus. Décima edición.
- Herrera, E. (1986). *La magia de la crónica*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Hesselbein, F.; Goldsmith, M., Beckhard, R. (2006) *El líder del futuro*. Barcelona: Deusto Fundación Drucker.
- Lowney, C. *El liderazgo al estilo de los jesuitas*. (2007).
- McWhinnie, A. (2000). *Manual Esencial de Fotografía*. Madrid: Edimat Libros.
- Martínez, J.; Santamaría, L. (1993). *Manual de Estilo*. Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa. Estados Unidos: Inter American Press Books.
- Ministerio de Ciencia y Tecnología (2001). *Plan Nacional de Tecnologías de Información*.
- Olsenius, R. (2005). *Guía de Fotografía en Blanco y Negro*. México D.F.: Océano
- Pinaud, J. (2001). *Guía Didáctica de Metodología de la Investigación. Extracto del trabajo de ascenso Una propuesta didáctica desde la experiencia de la enseñanza de la metodología de la Investigación en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB*. Caracas.
- Polesel, T. (2008). *Material de apoyo de la Cátedra de Gerencia de Empresas de Comunicación Social. Unidad II*. UCAB.
- Real Academia Española (2002). *Ortografía de la Lengua Española*. Madrid: Espasa.
- Rehm, M. K. (1978). *Curso Básico de Fotografía en Blanco y Negro*. Barcelona: Daimon.
- Rivadeneira, R. (2004) *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México: Editorial Trillas.
- Ronderos, M.; León, J.; Sáenz, M. Grillo, A.; García, C. *Cómo hacer periodismo*. Revista Semana. Colombia: Editorial Aguilar.
- Rosas Marcano, J. (1996). *El periódico en la Escuela y desde la Escuela*. Fundación de los trabajadores de Lagoven.
- Santibañez, A. (1974) *Periodismo Interpretativo, los secretos de la fórmula Time*. Chile: Editorial Andrés Bello.
- Secanella, P. (1980). *El lid, fórmula inicial de la noticia*. Barcelona: A.T.E.

- Silva, M.; Molano, R. (2006). *Las mejores crónicas de Gatopardo*. Bogotá: Colección Actualidad, Debate.
- Sohn A., Ogan C. y Polich J. (1992). *La dirección de la empresa periodística*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Tejada, L. (1992): *Un Marco Teórico y Metodológico Para la Identidad Conceptual de las Organizaciones*. Madrid: Joint Consultores en Imagen Global.
- Ulibarri, E. (2003) *Idea y Vida del Reportaje*. México: Editorial Trillas. Segunda edición.

### **TRABAJOS DE GRADO**

- Domínguez, D. (2004). *Las revistas juveniles y sus públicos: Los Casos de Tú y Bravísimo*. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Lic. En Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello.
- García, L. (1982). *Periodismo en el Liceo*. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Lic. En Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello.
- Guada, G. (2002). *Perfil psicosociográfico de estudiantes del nivel básico y media, entre 13 y 19 años, de ambos sexos, de colegios privados y públicos del área metropolitana*. Trabajo de grado no publicado para optar al título de Lic. En Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello.

### **REFERENCIAS ELECTRÓNICAS**

- Acevedo, W. (2008) Importancia y responsabilidad del periodismo frente al estudiante *Diario del Sur*. Consultado el 17 de mayo de 2008 en:  
<http://www.diariodelsur.com.co/febrero/17/informe.php>
- Banco Mundial (2004). *Qué es Comunicación para el Desarrollo*. Consultado el 8 de noviembre de 2007 en:  
<http://web.worldbank.org/wbsite/external/bancomundial/exttemas/extdevcommspa/0,,contentmdk:20286152~menupk:64147035~pagepk:64147062~pipk:64147018~thesitpk:423940,00.html>

Castillo, J. (2007) Comunicadores dentro y fuera del aula *Diario La Hora - Guatemala* Consultado el 19 de mayo de 2008 en:

<http://www.lahora.com.gt/notas.php?key=16634&fch=2007-05-11>

Castillo, A.; Yanes, J. (2007) *Ambientes Virtuales de Aprendizaje, Currícula y Modelos Pedagógicos: Nuestra experiencia en el aula*. Consultado el 4 de diciembre de 2007 en: [http://www.aefol.com/elearning/articulos\\_detalle.asp?articulos=695](http://www.aefol.com/elearning/articulos_detalle.asp?articulos=695) ]

Centro de Libertad de Prensa para Puerto Rico (2008) *Los clubes de periodismo como promotores de la libertad de prensa* Consultado el 2 de junio de 2008

en:<http://www.centrolibertadprensa.org/contenido.asp?sid=258&NewsCat=OTROS%20TEXTOS>

Colegio Intisana. Consultado el 1 de mayo de 2008 en: <http://www.intisana.com/>

EduTEKA (2006). *Periódico Escolar: Tecnología de Información y Comunicaciones para la Enseñanza Básica y Media*. Consultado el 2 de febrero de 2008 en: <http://www.eduteka.org/PeriodicoEscolar.php>

EduTEKA (2006). *Periódicos Escolares Digitales: Tecnología de Información y Comunicaciones para la Enseñanza Básica y Media*. Consultado el 2 de febrero de 2008 en: <http://www.eduteka.org/PeriodicoEscolarDigital.php>

El País (2007) El País de los Estudiantes propone a las escuelas abrir una redacción El País - España Consultado el 2 de febrero de 2008 en:

[http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Pais/Estudiantes/propone/escuelas/abrir/redaccion/elpeputec/20070913elpeibtec\\_6/Tes](http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Pais/Estudiantes/propone/escuelas/abrir/redaccion/elpeputec/20070913elpeibtec_6/Tes)

La Otra Palabra Periodismo digital. Consultado el 14 de mayo de 2008

en:<http://www.educared.org.ar/periodismo/laotrapalabra/>,<http://www.educared.org.ar/periodismo/prisma/>

La Patria de Manizales (s/f) Dotan a 21 emisoras escolares en Caldas Consultado el 14 de mayo de 2008 en: <http://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-157416.html>

La Red Noticias (2008) Concluye primer curso taller de periodismo estudiantil en COBACH *La Red Noticias* Consultado el 15 de mayo de 2008 en:

<http://www.larednoticias.com/noticias.cfm?n=11493>

PNUD (2002). *Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela*. Consultado el 19 de noviembre de 2007 en:

[http://www.pnud.org.ve/index.php?option=com\\_content&task=view&id=16&Itemid=33](http://www.pnud.org.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=33)

Salas E.; López O.; Cova, L. (2006). Impacto de las TIC, iniciativas y recursos tecnológicos venezolanos. *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, N° 213. Consultado el 17 de abril de 2008 en:

<http://capacidad.es/ciiee07/venezuela.pdf>

Unesco (1993). *Celestin Freinet: Una vida excepcional*. Perspectivas: revista trimestral de educación comparada, vol. XXIII, números 1-2 págs. 425-441. París. Consultado el 2 de junio de 2008 en: <http://www.educar.org/articulos/Freinet.asp>

Unidad Educativa Las Mercedes de Juliaca. *Club de Periodismo Escolar – “Voz Mercedaria*. Consultado el 13 de junio de 2008 en:

<http://www.lasmercedes.edu.pe/vozmercedaria/>

## **LEYES, DECLARACIONES Y CONVENCIONES**

República Bolivariana de Venezuela (2000) *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. *Gaceta Oficial* N° 5.453 extraordinario, del viernes 24 de marzo de 2000. Caracas.

República Bolivariana de Venezuela (2000) *Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente*. Caracas: UNICEF – Venezuela.

República de Venezuela (1980) *Ley Orgánica de Educación*. Caracas.

Código de Ética del Periodista Venezolano (1988). Aprobada en la VII Convención Nacional del Colegio Nacional de Periodistas y modificado parcialmente en el 1997. Mérida, Venezuela.

ONU. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos. Convención sobre los derechos del niño (1989) Adoptada y abierta a la firma y ratificada por la Asamblea General en su resolución 44/25. Entrada en vigor: 2 de septiembre de 1990.

ONU. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos. Declaración Universal de los derechos Humanos (1948) Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III)

Convención Americana de Derechos Humanos (1969). San José, Costa Rica.

Declaración de Chapultepec (1994) Adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión. D.F, México.