



**Universidad
de Cartagena**
Fundada en 1827

**“La pinta”, revista de periodismo cultural en una página web, sobre moda y prácticas
del vestir en Cartagena y el Caribe**

Dayana Arias Rangel & Mónica De Luis Ponnefz

Tutor

Ricardo Chica

Facultad de Ciencias Sociales y educación

Programa de Comunicación social

Universidad de Cartagena

2021

Tabla de contenido

1.0 Introducción.....	1
2.0 Justificación.....	2
3.0 Formulación del problema.....	4
4.0 Objetivos.....	8
4.1 Objetivo general.....	8
4.2 Objetivos específicos.....	8
5.0 Estado del arte.....	9
6.0 Marco teórico.....	14
7.0 Marco legal.....	21
8.0 Marco conceptual.....	23
9.0 Presentación y análisis de resultados.....	27
9.1 Aspectos metodológicos.....	27
9.2 Capítulo 1: conceptualización.....	29
9.3 Capítulo 2: Captura de información y contenido.....	32
9.4 Capítulo 3: Valoración del producto.....	35
9.0 Conclusiones.....	44
10.0 Bibliografía	47
11.0 Anexos.....	48

1.0 Introducción

En el presente trabajo de grado, se busca materializar la idea de una revista en una página web de periodismo cultural en moda y prácticas del vestir, enfocada en la población cartagenera y caribeña. Al tener este contexto, esta revista llevará el nombre de “La Pinta”, haciendo alusión al habla costeña, cuando se refieren a la ropa.

Esta revista está sumergida en las técnicas del periodismo cultural, aplicados a la moda y las prácticas del vestir de la vida cotidiana, teniendo en cuenta el discurso que tiene cada una de las personas que portan estas prendas; desde sus gustos hasta sus ideologías.

Se busca que esta revista visibilice cada uno de los aspectos de la moda y las prácticas del vestir, que de cierto modo han sido opacados por otros temas de demanda pública. Por lo tanto, la revista “La Pinta” será ese medio para darle voz a la opinión pública en cuanto a temas como este.

Uno de los aspectos metodológicos utilizados para este trabajo, es la técnica del taller, enfocado en un proceso de aprendizaje, donde se adquieren y se ponen en práctica conocimientos en cuanto a moda, prácticas del vestir, periodismo cultural y creación de una página web.

A lo largo de este trabajo se podrán encontrar tres fases importantes en el proceso de creación de la revista “La pinta”; comenzando por la preproducción, en el cual se realizará todo el montaje, en cuanto a la línea editorial y el diseño. Como segunda instancia, se ejecutará la recopilación de información, para la creación de contenidos y, por último, se empleará la redacción y circulación de la revista “La pinta”.

2.0 Justificación

A continuación, se exponen los diversos aportes que ofrece la creación de “La pinta” como una revista en una página web de periodismo cultural en moda y prácticas del vestir, partiendo de la necesidad de dar a conocer un mundo enmarcado en la vida cotidiana y en cada uno de los portadores de prendas.

A nivel mundial, existen unos formatos que utilizan la moda como una tendencia que está implícita en cada persona, en los que ellos son portadores de cultura, identidad y estilo. La creación de una revista de moda en una página web, incentiva al conocimiento e inmersión de ese colectivo que enmarca la vida cotidiana.

En Cartagena y el Caribe Colombiano, hace falta un medio que le de visibilidad e importancia a este tipo de conceptos nuevos. Por lo tanto, uno de los aportes de este trabajo es proponer un medio dedicado a la moda y a las prácticas del vestir, con un enfoque integral, es decir, que se interesa en varios aspectos como: la economía de la moda, estética de la moda, tecnología de la moda, manifestaciones socioculturales de la moda, entre otros.

Por otro lado, este trabajo ofrece la movilización de la opinión pública hacia el reconocimiento de la moda como un elemento clave en la formación de la identidad personal, así como su incidencia en la vida cotidiana, la convivencia colectiva, la práctica de oficios y quehaceres, y también, en la visibilización de la diversidad social y cultural.

Así mismo, este trabajo aporta una conversación social sobre el emprendimiento cultural en moda y prácticas del vestir en todas sus facetas y aspectos, como pueden ser: diseño, confección, comercialización, uso, tecnología, tendencias y creatividad.

En este caso, los protagonistas serían los jóvenes, por ser los principales portadores de estos estilos, en los que se evidencian sus ideologías, gustos y preferencias. Además, se busca llegar a

un público interesado en esta moda de actualidad, dando a conocer la variedad de estilos que resultan innovadores.

Igualmente, es pertinente visibilizar la cultura de la moda caribeña, teniendo en cuenta aquellos gestores de la moda, como también, evidenciar desde los grandes creadores a aquellos emprendedores que buscan surgir en este ámbito.

Así mismo, es importante mostrar el proceso de este medio de comunicación, por ser una revista que se encarga de exhibir el protagonismo que tienen estas personas en su diario vivir, al convertirse en una referencia a nivel local.

Este producto comunicacional, se realiza teniendo en cuenta, la política editorial y los antecedentes de revistas de moda que abarcan el ámbito del periodismo cultural a nivel mundial. Buscando la adaptación a un público regional, siendo consumibles para cualquier persona interesada en estas temáticas.

3.0 Formulación del Problema

En este apartado del informe final vamos a caracterizar los diferentes aspectos que hacen parte de este problema, como lo son la circulación de información de la moda en el mundo de los consumidores, el periodismo cultural, la página web como una herramienta, la ausencia del conocimiento sobre el periodismo en moda en Cartagena y el Caribe, la identidad y la cultura. En vista a lo anterior, es importante resaltar el uso de la moda en los jóvenes cartageneros a través de un producto comunicacional, que consiste en conceptualizar, diseñar y crear una revista en una página web. Para realizar esta revista de moda en una página web, se deben tener en cuenta, las variables mencionadas anteriormente.

- Identidad

Como se cita en Sánchez (2016) la moda nos ayuda a ser conscientes de nosotros mismos, y a construir nuestra imagen individual, relacionada con la imagen de los ideales socialmente aceptados. Esta imagen y el mensaje que transmite son importantes desde el punto de vista comunicativo, psicológico y social, puesto que ambas conforman la identidad.

La identidad se evidencia en la forma que tiene cada individuo de transmitir mensajes simbólicos a otros mediante sus prendas de vestir. Incluso se utiliza para destacarse del resto y de la moda colectiva. Sin dejar a un lado que la identidad es un proceso abierto en permanente construcción y cambio.

- Cultura

En la moda existe un componente importante que está impregnado al momento de elegir una prenda y exponerla ante la sociedad, este es la cultura y su gran relevancia. La cultura, como muy bien sabemos, es el conjunto de costumbres, modos y conocimientos que expresan el estilo de vida tradicional de una sociedad. Sus creencias, su lenguaje, sus valores y su historia se

encierran en esta palabra que promueve a la moda como manifestación social. (Alarcón, 2018, pág. 01) Según lo anterior, se evidencia que cada prenda utilizada y expuesta carga con ella un significado cultural.

- Periodismo cultural

En este amplio campo de la cultura, lo ideal es utilizar el periodismo cultural, como una manera de descifrar ese lenguaje, tendencias y estilos que llevan consigo aquellos jóvenes portadores de moda. Demostrando a estos personajes que se encaminan en un mundo como este, que a diario hace parte de la vida cotidiana.

El periodismo cultural es una herramienta primordial en la edificación de una revista de moda en una página web, ya que con este se recolecta toda la información de una manera crítica y concisa, evidenciando la cultura de la moda y la identidad cartagenera. Zambrano (2010) afirma: Una de las especializaciones periodísticas es la del mundo cultural, donde los periodistas, colaboradores o eruditos en la materia buscan, descifran y difunden informaciones, interpretaciones u opiniones sobre la cultura, las artes y las expresiones populares. El periodismo cultural ha ido transformando su lenguaje, simbología y público con el paso del tiempo, sufriendo metamorfosis positivas para unos, negativas para otros. (p.72)

- Periodismo en moda

En relación con eso, surge la noción del periodismo de moda, en el que los periodistas observan como cambia y se desarrolla la relación de los estilos, la cultura y la identidad con la sociedad. Además, deben registrar los cambios en la sociedad que produce la moda o como esta se adapta a dichos cambios (Kolyvakis, 2015). Dando a entender los distintos canales que tiene la moda para incrementar el alcance de su mensaje, en este aspecto como una revista cultural de moda en una página web.

- Ausencia del conocimiento en temas de moda en Cartagena y el Caribe

En este problema se puede destacar que existe un vacío del conocimiento, debido a que Cartagena y el Caribe no cuenta con una revista de moda en una página web con una valoración periodística cultural, que refleje la identidad, la vida cotidiana, y la sensibilidad en cada prenda utilizada por los jóvenes. Además, es notable el crecimiento en este sector, y resulta necesario tener un medio difusor que transmita este tipo de información y sea accesible a los consumidores de moda.

- La página web como una herramienta

Para que la moda tenga un mayor alcance ante la sociedad, debe ser sincronizada con la cultura de los medios. En este caso, contemplarla a través de una revista en una página web, que es un medio con bastante auge, hecho para públicos específicos y que, además, hace parte del consumo global.

Las páginas web son las ideales para cualquier persona que tenga acceso a internet; en estas se pueden encontrar archivos multimedia; como vídeos, fotografías, textos y audios; que servirán como un método para hacer realidad esta revista. Teniendo en cuenta las herramientas periodísticas aplicadas en la farándula y en la moda, que hacen parte de esta construcción aplicando una valoración en el contexto cartagenero y del Caribe.

Por lo tanto, el interrogante a comprender es: ¿En qué consiste la experiencia de conceptualizar, diseñar y producir una revista en una página web de periodismo cultural, sobre la moda y las prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe?

De este mismo interrogante, surgen tres subpreguntas, que acompañan el desarrollo de este informe:

1. ¿Cómo se realiza la pre-producción del montaje de una revista de periodismo cultural en una página web sobre moda en sus aspectos editoriales y de diseño?
2. ¿De qué manera se lleva a cabo la captura de información, para confeccionar contenidos de periodismo cultural en moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe?
3. ¿Cómo se desarrolla la redacción y circulación de una revista de periodismo cultural en una página web sobre moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe, respecto al público interesado en el tema y al público en general?

4.0 Objetivos

4.1 Objetivo general

Conceptualizar, diseñar y producir una revista de periodismo cultural en una página web sobre la moda y las prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe.

4.2 Objetivos Específicos

- Pre producir el montaje de una revista de periodismo cultural en una página web sobre moda en sus aspectos editoriales y de diseño.
- Capturar información pertinente, próxima y contemporánea, para confeccionar contenidos de periodismo cultural en moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe.
- Llevar a cabo un diseño, redacción y circulación de una revista de periodismo cultural en una página web sobre moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe, respecto al público interesado en el tema y al público en general.

5.0 Estado del arte

En este apartado del informe final se plantean dos planos de análisis, desde el ámbito nacional e internacional; con el propósito de tener como referencia distintas experiencias de periodismo cultural dedicado a la moda.

Nacional

- **Periodismo de moda en Colombia y España: Un estudio comparativo entre El Espectador, El Tiempo, El País y ABC de España.**

Autor: Paula Hernández.

Año: 2019.

Este trabajo de grado está basado en el análisis de contenido de los medios de comunicación que utilizan el periodismo en moda, destacando varios aspectos de estos en materia de fuentes, pluralidad y búsqueda de la verdad. Teniendo en cuenta esto, se pueden utilizar varios de estos artículos recopilados para aplicar ciertos aspectos de estos al momento de materializar la idea de la revista de periodismo cultural en moda en una página web.

- **La información se viste de frivolidad, en busca de un periodismo especializado de moda para los medios de comunicación colombianos.**

Autor: Lena Rojas.

Año: 2011.

Esta tesis está enmarcada en la investigación de la producción de periodismo de moda en Colombia, analizando medios de comunicación que tratan el tema desde dos áreas, la publicitaria y la farándula. Teniendo esto, como una base para entender cómo se mueve este periodismo en Colombia, específicamente en Cartagena y el Caribe, lo debemos tomar como una referencia de

lo que se debe cambiar, al momento de crear la revista de periodismo cultural en moda en una página web.

- **Revista de moda para jóvenes**

Autor: Lina Bello Pérez

Año: 2008

Este trabajo de grado pretende analizar el ámbito de la moda en Colombia, haciendo énfasis en el mercado de revistas nacionales e internacionales sobre el tema, con el fin de lanzar una nueva revista exclusivamente de moda, con el propósito de apoyar a los jóvenes diseñadores. Esta investigación muestra un amplio contexto de la moda en Colombia, desde sus inicios hasta lo que se vive actualmente.

Internacional

- **La moda y su influencia en la identidad cultural adolescente.**

Autores: Victoria Toribio y Dolores Álvarez

Año: 2018

Esta investigación trata sobre cómo la identidad de los jóvenes se transforma a través de la moda y la cultura visual. Además, analiza la influencia que ejerce la identidad y los medios de comunicación en la moda. Dejando en evidencia como los medios de comunicación a través de publicaciones digitales hacen llegar las novedades de la moda a la sociedad.

- **El liderazgo en las revistas especializadas en moda.**

Autores: M^a Beatriz Molina Chacón y Macarena Roa Aljama.

Año: 2017.

El presente proyecto está orientado a investigar la historia de la moda y el nacimiento de la prensa especializada en las prácticas del vestir, para determinar la importancia de este ámbito. Con el objetivo de visibilizar este sector y el cambio de la prensa femenina a la revista especializada en moda actual. Además, pretende analizar las fuentes como perfil especializado y experto. Esto le permite a la investigación en curso tener un contexto amplio sobre este tema.

- **Elaboración de una publicación digital especializada “Trendy Valencia”.**

Autores: Laia Martínez, Miriam Salgado.

Año: 2016.

Este es un proyecto llamado “Trendy Valencia” que tiene como objetivo crear una plataforma web especializada en moda, enfocado en la ciudad de Valencia. En el que, a través de este, se han implementado las herramientas del periodismo cultural, analizando la atmósfera de la moda en esa ciudad, las personas implicadas en el asunto, como diseñadores, modelos, personas interesadas, creando un contenido enmarcado en la cultura de una ciudad. Lo que repercute en el objetivo de nuestro proyecto de moda en Cartagena y el Caribe, ya que se puede utilizar como una referencia al momento de ejecutarlo.

- **El periodismo de moda en la globosfera.**

Autor: Patricia González.

Año: 2016.

Este proyecto está encaminado en la creación de una página web de moda llamado “El otro lado de la moda” que busca contar historias desde un punto de vista diferente, dejando a un lado el marketing y los intereses personales. Con una propuesta, enfocada en el periodismo veraz y crítico. Teniendo esto, como una referencia para nuestro proyecto, puesto que procuramos enfocarnos en el contenido, dejando a un lado los intereses propios.

- **Investigación sobre la importancia del diseño y la moda en los medios de comunicación y artísticos.**

Autor: Noelia Jiménez.

Año: 2015.

Esta investigación es realizada con el objetivo de crear una revista digital en moda, arte y actualidad. Teniendo en cuenta, la relación que existe entre la moda, el arte y la comunicación, el auge de las publicaciones digitales, el contenido y los elementos de una publicación periodística, como el reportaje, la fotografía, el diseño; entre otros aspectos que se deben tener en cuenta al momento de realizar un proyecto como este.

- **Las revistas y el periodismo de moda**

Autor: Melina Kolyvakis

Año: 2015

Este proyecto de grado tiene como finalidad explicar la importancia en la actualidad de las revistas, apoyándose en la relevancia de estas publicaciones dentro del rubro y definir la función de la comunicación y el periodismo de moda dentro de ellas. Asimismo, examinan el significado de la moda y su uso social como comunicación y símbolo. Lo cual le permite a nuestra investigación un mejor entendimiento sobre el periodismo de moda y las revistas.

- **Creación de una revista enfocada a la promoción de nuevos talentos del diseño en el contexto de la moda.**

Autor: Fausto Ramiro

Año: 2013

Este trabajo busca crear una revista que vincule a los jóvenes diseñadores de la sociedad, como creadores de moda. Hace referencia a como los medios impresos han difundido modas,

convirtiéndose en guías y creadores sociales, de aquello que se establece como moda. Igualmente se analizan parámetros propios en la construcción de revistas, tipos, categorías, formatos y diseño. Lo que suministra una guía importante al momento de diseñar y crear nuestra revista digital en una página web.

- **Consumo de moda e identidad en jóvenes emergentes.**

Autor: Nicolas Ortiz

Año: 2012

Estudio sobre jóvenes e influencia del consumo de moda en la formulación de identidad y cultura; buscando entender las interrelaciones entre consumo e identidad. Esta investigación busca analizar el rol del consumo, específicamente de moda, en la definición de la identidad de los jóvenes y sus configuraciones culturales; entendiendo cómo se relacionan estos elementos a partir de un estudio en jóvenes universitarios. Lo que representa un gran aporte al proyecto en curso ya que esta va dirigida a los jóvenes, teniendo en cuenta las variables en cuestión, como lo son la identidad y la cultura.

6.0 Marco teórico

- La moda como portador de identidad de los jóvenes.

La moda está caracterizada por ser un portador de identidad de las personas, en este caso, los jóvenes, que a diario muestran quienes son, a través de cada prenda que utilizan.

La moda como forma de expresión, contribuye al diálogo entre los individuos. Es el lenguaje a través del cual damos a conocer nuestra propia identidad, y esto genera una interacción con los que nos rodean. Es el reflejo de nuestra forma de ser y constituye un medio de construcción y estructuración social. (Yanina, 2005, p.8).

Este medio está constituido por una serie de identidades que conforman un colectivo, en el cual se realiza una interacción simbólica, cargada de influencias, tendencias y pensamientos de diferentes individuos.

La moda es un elemento cultural inherente en todas las sociedades, sin importar época o lugar. Es una forma de expresión de la identidad individual y colectiva de las personas. Como tal, la moda involucra en sí una serie de normas y parámetros que la convierten en un sistema social. (Rojas, 2011, p.12).

Este sistema está construido por una tendencia que involucra a todo un colectivo social, siendo los jóvenes esos que clasifican unos estilos y modelos que se llevan en la vida cotidiana; definiendo unas prácticas de vestir marcadas tanto individual como colectivamente.

La concepción de la moda en los seres humanos existe a través de unos usos y unas formas o medios (modos), que se vuelven hábitos (costumbres) en las personas; en este caso, sobre su manera de vestir y sobre el vestuario en sí. Y, además, estos usos, formas y costumbres se delimitan dentro de las sociedades, por su geografía o regionalidad. (Rojas, 2011, p.15).

Sin duda, las prácticas de vestir en los jóvenes cuentan con una identidad, que marca su cultura, demostrando en cada prenda la construcción de los habitantes de Cartagena y el Caribe Colombiano.

- La moda como expresión de la cultura.

La moda al ser un portador de identidad, demuestra en cada individuo, toda una expresión de su cultura, cargada de costumbres, ideales, maneras de vivir y percibir la sociedad.

Grupal o individualmente la moda es una de las manifestaciones culturales más relevantes. Conquistada por los acontecimientos sociales, el arte, relacionada con las ideas de cambio y las costumbres, en ella se expresan valores y características de una época. Es una manifestación o un modo de reacción ante determinadas circunstancias sociales. (Yanina, 2005, p.7).

Dentro de la moda, podemos encontrar toda una cultura, que es transmitida en cada prenda, vestuario, accesorio, maquillaje y todo eso, que compone la imagen de cada persona, en este caso, cada joven caribeño.

En la actualidad, la moda también es un medio de expresión mediante el cual los adolescentes cuentan cómo ven su cotidianidad. La moda influye en la cultura visual adolescente haciendo que, a través de sus gustos, pensamientos y vestimenta se sientan parte de una corriente social concreta. (Toribio y Álvarez, 2018, p.411).

- El periodismo cultural como transmisor de la moda.

El periodismo cultural funciona como una herramienta que se encarga de transmitir información sobre un tema en particular, en este caso, la moda. “El periodismo especializado en moda es una rama periodística que todavía está por ampliar. La enseñanza de este tipo de

periodismo debe ser igual de necesaria que para cualquier otro tipo de especialización” (González, 2016, p.18). Puesto que resulta necesario contar con las capacidades periodísticas al momento de llevarlo a la práctica.

El periodismo debe contar con un análisis crítico, credibilidad y verificación de fuentes. En este caso, el periodismo cultural aplicado en la moda debe salir de la zona en la que siempre se ha mantenido en Colombia.

A través de la mayoría de los medios de comunicación colombianos los temas de moda son tratados sólo desde dos perspectivas prácticamente: la publicitaria o la de entretenimiento de farándula; dejando por fuera mucha información valiosa que no llega al público y por lo tanto no puede ser valorada. (Rojas, 2011, p.12).

Es necesario utilizar formatos periodísticos que evidencien cada uno de esos estilos, manifestaciones y tendencias encontrados en Cartagena y el Caribe, que no son tan conocidos o abarcados en el típico periodismo de moda. Pero resulta necesario, demostrar lo que realmente es la identidad o la cultura cartagenera por medio de sus prácticas de vestir.

Así mismo, todas estas evidencias deben ser mostradas con una carga periodística que repercute en cada uno de los contenidos publicados; para transmitir una veracidad de las historias o hechos contados en el formato periodístico.

¿Cómo garantizar la veracidad en el periodismo de moda? De la misma manera que cuando se ejerce cualquier otro tipo de periodismo, por medio del pluralismo de fuentes que se tenga en la nota. Para generar confianza en el público el periodista debe hacer la tarea completa: buscar distintas fuentes que permitan narrar la noticia desde todos los ámbitos, lo que además genera un buen contenido porque no se limita sólo al hecho que

muchas veces es reproducido de otros medios sin ningún trabajo personal del periodista.

(Rojas, 2011, p.44)

Los periodistas que realicen este tipo de publicaciones actúan como un intermediario entre la cultura y los diferentes estilos, y establecen un vínculo entre la moda y los actores que la portan. Es necesario que, al producir un contenido, este cuente con los diferentes hechos, fuentes, fotografías y toda la evidencia posible que sustente la información, que se quiere transmitir en cada una de las publicaciones, en este caso, de una revista digital de periodismo en moda.

- Relevancia de las revistas especializadas en moda

Las revistas especializadas en moda comenzaron con un gran movimiento femenino, con revistas destinadas solo a mujeres, que trataban temas como moda, gastronomía, decoración, entre otras. Sin embargo, con el paso del tiempo las cosas cambiaron, y surgieron las revistas especializadas en moda, destinadas tanto a hombres como a mujeres, convirtiéndose en uno de los principales medios para la transmisión de la idea central de la moda.

Se puede afirmar que este cambio de la prensa femenina a las revistas especializadas de moda, se produce debido a la llegada, a mediados de los 80, de los grandes grupos editoriales internacionales, que comenzaron a dominar el mercado de la prensa de moda y se dieron cuenta que el modo de vestir incluía a hombres, mujeres y niños. (Molina y Roa, 2017, p.23).

Como medios de comunicación de masas, estas revistas especializadas contribuyen a crear un imaginario social, pero también, asimilar y aceptar los diferentes gustos y estilos que se presentan en la vida de las personas. Además, provee un conocimiento sobre la moda en el vestir para los actores interesados en este tipo de temas con poca visibilidad en algunos sectores.

- La revista de moda como medio difusor.

Actualmente, la moda es un tema que es de interés para una gran cantidad de personas, en especial si se trata del vestir en la vida cotidiana, e incluso si es para elegir la prenda a utilizar para un evento de suma importancia. Por lo tanto, es significativo darle visibilidad a este concepto, a través de los medios difusores.

La moda se ha valido de los diversos medios de comunicación para llegar a la mayoría de habitantes del planeta. Sin embargo, uno de los que ha permitido un desarrollo importante a la moda como medio son las publicaciones que durante siglos no ha perdido vigencia, además de ser un medio directo ha permitido permanecer por más tiempo en la memoria de los usuarios de las revistas. (Sarria, 2013, p.136).

En Cartagena y el Caribe, es necesario demostrar los diferentes estilos y tendencias que tienen los jóvenes, por esto, se busca la creación de una revista digital de periodismo en moda, que sirva como herramienta principal para difundir estas dinámicas sociales.

La moda tiene normas e instituciones, en las cuales se basan dichas tendencias, su estética, el mercado e incluso la formación de los diseñadores. A esto se deberían incluir también los medios, los cuales tendrían la obligación de dar a conocer contenidos en virtud de dichas normas y principios, por lo que habría una “cultura de moda”. (Rojas, 2011, p.18).

Una cultura de moda, que está impregnada en la vida cotidiana de los jóvenes, decidiendo diariamente la combinación de sus estilos, que están ligados a diversas variables, que dependen directamente de dichas normas y principios establecidos en su colectivo.

- Como se vive la moda en Colombia

Colombia a lo largo de los años, ha creado unas excelentes condiciones para la industria de la moda, se ha proyectado internacionalmente como un país con gran desarrollo en este sector, contando con eventos para su difusión, como son las cinco ferias de moda que se realizan durante el año.

La moda en Colombia ha tenido diversas transformaciones significativas desde el año 1900 hasta la actualidad. En 1916 se empieza a ver el interés de las revistas por mostrar la importancia de la moda. La revista Cromos hace énfasis en la moda femenina, y crea la sección *Elegancias*, dentro de su publicación, esta nueva sección tiene una buena acogida por parte de las mujeres y en corto tiempo se convierte en tema de interés tanto de hombres como de mujeres, del cual hablar y discutir, ya que es divulgada por un medio de comunicación con credibilidad y popularidad, como lo es la revista. (Bello, 2008)

En el año 1947 Colombia va adecuando tendencias europeas y americanas, debido a las dificultades de importación, causadas por la guerra. Se va adoptando el estilo de Dior, Fath, Balenciaga. En 1949, Almacenes Éxito, es fundado por Gustavo Toro Quintero. Su primer almacén fue en el barrio Guayaquil en Medellín. Fue la empresa que cambió la costumbre de vestirse con ropa hecha en casa e inició la industrialización de las confecciones. (Bello, 2008, p.07)

A medida que fueron pasando los años el mundo de la moda se ha consolidado cada vez en Colombia, logrando comprenderlo y adoptarlo a esta sociedad. “Comprender la moda y la indumentaria supone entender la relación entre distintos cuerpos dentro de la industria de la moda, como los fabricantes y los mediadores culturales, y las acciones realizadas por los individuos y las decisiones tomadas por los mismos sobre sus cuerpos” (Bello, 2008, p.08).

- Relevancia de la página web

Las nuevas tecnologías de la información, han tenido un gran impacto modificando el tradicional paradigma comunicativo emisor- canal - receptor para darle protagonismo al usuario a través de una completa interactividad. Uno de estos canales es la página web, que se ha convertido en un máximo exponente en transformar las formas de comunicación.

Los sitios web se han convertido en la base de formatos inéditos y altamente específicos de comunicación que están adquiriendo un notable éxito en los últimos tiempos. Además de ser la base para el despliegue de nuevos formatos de comunicación, los sitios web se han constituido en la herramienta común más ampliamente generalizada para plantear propuestas de información y/o comunicación de carácter estable. (Alonso, 2008 p. 07).

Al diseñar y crear un sitio web para nuestra revista cultural de moda se abre una gran posibilidad de estudio y conocimiento en una nueva realidad comunicacional, mostrándose más accesible para el público que se quiere alcanzar que son los jóvenes de Cartagena y el caribe.

Una página web de calidad significa dar valor a la marca, producto o servicio de una empresa, creyendo en la comunicación con el público objetivo. Además, el sitio web tiene el poder de atraer mayor visibilidad y puede ser una verdadera puerta de entrada para la expansión global de una empresa, considerando la posibilidad de acceso a otros países y captación de nuevos datos y clientes. (Martins, 2016 p. 03).

7. 0 Marco Legal

Para realizar esta investigación se debe tener en cuenta una legislación que abarca temáticas en periodismo cultural, moda, identidad y libre expresión de la personalidad. Como también, se deben tener en cuenta las políticas editoriales, sus reglamentaciones al momento de publicar un contenido periodístico, sin afectar los derechos de las demás personas.

En el ámbito internacional, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (UDHR), adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), del 10 de diciembre de 1948, se rige el conocimiento y la interpretación de las leyes. En el Artículo 19, “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.” (p.6). Se evidencia que hay garantías fundamentales al derecho de publicar información de manera libre, en este caso, una revista de periodismo en moda en una página web.

En la UDHR se muestran un artículo en el que apoyan el derecho a la libre expresión de la personalidad, en este caso, a la identidad y manera de vestir de las personas. Como menciona en el Artículo 22: “Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social... la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad” (p.6). Esto demuestra que cada quien es libre de vestirse de acuerdo a sus intereses y gustos, sin ser juzgado o afectado por las demás personas.

Por otro lado, en el Artículo 19 del Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos (ICCPR): “Cualquier persona deberá tener el derecho a la libertad de expresión; este derecho debe incluir la libertad para investigar, recibir y compartir información e ideas de cualquier

naturaleza, sin considerar fronteras, ya sean orales, escritas o impresas, a través del arte, o de cualquier otro medio de su preferencia.” (p.7). Que determina no solo la libertad de expresión e información sino también, la libertad de elegir la manera en la que se va a transmitir o recibir la información.

En el ámbito nacional, La Constitución Política Colombiana de 1991, es la más importante del territorio y prevalece sobre los demás en cuestiones de derechos de sus ciudadanos, en su Artículo 20 “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.” (p.3). Teniendo esto, como referencia al momento de la creación de la revista en una página web, al ser parte del territorio colombiano.

En el campo de la moda en Colombia, se deben tener en cuenta ciertos criterios para publicar acerca de esos estilos utilizados en los jóvenes, siempre teniendo en cuenta sus creadores. En la Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor, se presume el artículo 2 en el que se afirma: “Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas, literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación” (p.1). Según lo anterior, es importante que, al momento de utilizar estos productos, se muestren quienes son sus representantes.

Por otro lado, para la publicación de esta revista en una página web, se debe tener una autorización de las obras o productos que se quieran mostrar en la misma. En el código penal, en el artículo 270, de la violación de los derechos morales del autor, afirman penas aplicadas a aquel que “Publique, total o parcialmente, sin autorización previa y expresa del titular del derecho, una obra inédita de carácter literario, artístico, científico, cinematográfico, audiovisual o fonograma,

programa de ordenador o soporte lógico” (p.68). En este caso, creaciones, artículos, fotografías o apoyo material que pueda ser usado en la revista sin autorización.

Para la realización de esta revista de periodismo cultural en moda en una página web, se deben tener en cuenta la legislación mencionada anteriormente, para darle un buen funcionamiento a esta, apoyados en los derechos de los periodistas, la información, el derecho a la personalidad, los derechos de autor y sus restricciones.

8.0 Marco conceptual

Este aparte del proyecto constituye el cuerpo de conceptos, más relevantes que fundamentan y guían el trabajo de investigación. Después de haber realizado una exhaustiva revisión y análisis bibliográfico, se ha procurado organizar dichos conceptos de tal manera que no sólo den sustento al objeto de estudio, sino también, que provea los elementos de juicio para esclarecer el problema en cuestión.

Un concepto fundamental es la **moda**. Esta se refiere según la Real Academia Española a los usos, modos y costumbres, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién producidos (Rae.es). Dicho de otra manera, alude a los hábitos que hacen parte de la conducta cotidiana y de los cuales no somos plenamente conscientes.

La moda desde el punto de vista de la indumentaria, tiene una dimensión sociocultural, es un fenómeno tanto cultural como social, y como tal ha ido modificándose a través del tiempo según las necesidades y costumbres... La moda se convierte así en una lógica ordenada, aunque no regular, de la distinción social, del cambio, y de la construcción de identidades. (Bertuzzi, 2016).

Es importante destacar, que, aunque la moda está pensada para y por el cuerpo, la visión del mundo de la moda es más amplia, considerada como un fenómeno social que genera y abarca diferentes aspectos culturales en nuestra sociedad. La concepción de moda existe a través de formas y costumbres que delimitan dentro de las sociedades por su geografía o por diversos factores como edad, gustos, estrato socioeconómico e incluso por los medios de comunicación.

La moda es una forma especial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual y colectiva. Se podría decir que es una manifestación de

nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. (Doria, 2012, p.101).

Acorde con lo anterior, otro concepto a considerar, es la **identidad**. “Es considerada como un fenómeno subjetivo, de elaboración personal, que se construye simbólicamente en interacción con otros. También va ligada a un sentido de pertenencia a distintos grupos socio- culturales con los que consideramos que compartimos características en común” (Alcaraz, 2014, p.224).

En esta primera aproximación, la identidad tiene que ver con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás. Asimismo, se habla de la **cultura**. Ya que, de acuerdo con (Giménez, 2010) “los conceptos de cultura e identidad son conceptos estrechamente interrelacionados e indisolubles en sociología y antropología. En efecto, nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social” (p.04).

La cultura se concibe como un conjunto de conocimientos compartidos por un grupo de individuos que tienen una historia común y participan en una estructura social... Así, cultura refiere entonces a los patrones de conducta que se producen porque las personas valoran y siguen ciertas normas y orientaciones de acción. Estos valores compartidos juegan roles claves para el funcionamiento psicológico de los individuos y, aquellos que son centrales se reflejan en los textos y en las conductas colectivas. (Paez y Zubieta, 2004, p.03)

Otro término a considerar es el **periodismo cultural**. Dentro de la especialización del periodismo, la información cultural, es una de las ramas más extensas dentro de los medios de

comunicación, puesto que es el espacio concreto para interpretar y transmitir los sucesos que generan las acciones más notables que la sociedad realiza.

Como una rama del periodismo especializado marca la diferencia sociocultural del público, a través de la forma en que construye el discurso y jerarquiza los contenidos que formarán parte de la escena informativa sobre cultura. Como fenómeno en sí mismo crea vínculos entre los campos del saber y determina el lugar de los hechos estéticos en relación con la realidad. (Delponti y Pestano, 2012, p.03).

En este sentido, surge la noción del **periodismo de moda**. Que del mismo modo requiere de un **periodista especializado**; que es alguien que elabora un producto periodístico con conocimiento de causa, lo cual le da cierto prestigio en el ámbito y al continuar trabajando en los temas específicos que aborde, genera mayor experiencia de trabajo lo que significa mayor calidad y veracidad en los medios. (Rojas, 2011).

La moda es un sistema particular, tanto por su funcionamiento como por su mercado, y se trata de un mercado potencialmente muy fuerte cuya oferta debe responder a una demanda multiforme en continuo cambio. Para imponer su lógica, la moda debe ser legitimada por un discurso mediático difundido socialmente. El discurso está facilitado por su espectacularidad y se adapta a todos los medios de comunicación.

Hoy en día la comunicación en la moda es el eje indispensable para gestionar cualquier medio o marca, por lo que hay que cuidar permanentemente el mensaje potencialmente emitido. Y, dentro del periodismo, es un campo a profesionalizar para ejercer esta comunicación de manera eficaz. La moda y todas las actividades comunicativas relacionadas están en auge en nuestra sociedad. La especialización

periodística en moda es una realidad muy presente en la actualidad, pero a la vez muy poco valorada y sin un sustrato teórico consolidado. (Universidad Pompeu Fabra, 2011).

Un periodista de moda debe tener un perfil integral como profesional de la comunicación. Las exigencias son las mismas para un periodista de moda como para uno de política. Un periodista de moda debe saber lo que pasa en la industria de la moda actual, debe conocer la sociedad, la cultura y el arte, la historia de la moda y las biografías de los diseñadores. Nunca puede estar desactualizado. Debe saber, además, que la moda es un lenguaje y como tal expresa las vivencias de los seres humanos. (Rojas, 2011).

Otro de los conceptos a tener en cuenta, es la **página web**, en donde se realizará la revista de periodismo cultural en moda. “Se conoce como página web a un documento digital de carácter multimediático (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador web y una conexión activa a internet. Se trata del formato básico de contenidos en la red” (Raffino, 2020, p.1). Este medio es esencial, puesto que sus características son ideales para la publicación de contenidos, teniendo en cuenta, los formatos de texto y fotografía.

10.0 Presentación y análisis de resultados

La experiencia de conceptualizar, diseñar y producir una revista de periodismo cultural en moda en una página web; está caracterizada por un proceso de análisis, interpretación y aprendizaje; en el que se ponen en práctica los conocimientos del periodismo cultural, enfocado en un tema social, como lo es la moda y las prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe Colombiano.

9.1 Aspectos metodológicos

A continuación, se mostrarán los diferentes aspectos metodológicos tenidos en cuenta para la implementación y creación de la revista en una página web de periodismo cultural en moda y prácticas del vestir. En cuanto al paradigma, el enfoque, población, sujetos, técnicas y procedimientos.

Como primera instancia, la tesis está enfocada en el paradigma investigativo cualitativo, ya que se trata de un modelo de investigación entendido en las ciencias sociales, basado en la apreciación e interpretación; en este caso, de los jóvenes en su contexto natural. Así mismo, se tiene en cuenta la metodología del taller, que está basado en un proceso de aprendizaje, en el que se adquieren conocimientos y se llevan a la práctica.

En este caso, se aplica esta metodología a los jóvenes entre 18 y 25 años de Cartagena y el Caribe Colombiano, que comparten el fenómeno de la moda. Teniendo en cuenta, este diseño, se realizarán las debidas técnicas de observación, como entrevistas basadas en experiencias y la perspectiva de los participantes.

Estos jóvenes son representantes desde su comunidad, siendo un símbolo de la moda en lo cotidiano, en la cultura caribeña. Teniendo en cuenta, la diversidad socioeconómica de las tres localidades, se busca evidenciar una cotidianidad de diferentes estratos en un solo sector, marcado por un estilo. Por esto, se busca que cada uno de ellos sea visibilizado en la revista cultural de moda.

Las técnicas e instrumentos de esta metodología son las entrevistas a jóvenes que representen la moda en la cotidianidad, con sus historias de vida; ya sean creadores, emprendedores, portadores o amantes del tema. Así mismo, se evidenciará mediante fotografías, los contrastes de estilos de la vida cotidiana.

Todos estos aspectos se realizan mediante un procedimiento, partiendo del análisis de las diferentes revistas de moda en páginas web, teniendo en cuenta su política editorial, sus secciones, fuentes, público, publicidad y fotografía. Así mismo, la revisión de trabajos de tesis como guías para nuestro trabajo.

Por otro lado, se realiza la caracterización de la revista de periodismo cultural en moda en una página web, definiendo el nombre, la política editorial, secciones, fuentes, público, publicidad, fotografía, diseño del logotipo y colorimetría.

Así mismo, se implementa la aproximación a las fuentes, entrevistas y secciones fotográficas, el diseño y montaje de la revista en la página web, en la plataforma Wix, la circulación de la página web, valoración de contenido por 8 personas en un grupo focal y una encuesta realizada a 35 personas.

9.2 Capítulo 1: Conceptualización.

En este apartado se evidenciará la forma en que se adquirieron los primeros conocimientos y profundización sobre todo lo relacionado con la industria de la moda. Abarcando conceptos, contextualizando ideas y buscando referentes en trabajos de grados y en revistas existentes especializadas en temas relacionados con la moda, la cultura y con un tratamiento sobre periodismo cultural en moda.

Como primera instancia, se investigó acerca de los trabajos de grado que abordan la temática de la moda y la cultura. Trabajos como el de Victoria Toribio y Dolores Álvarez acerca de la moda y su influencia en la identidad cultural adolescente y La información se viste de frivolidad, en busca de un periodismo especializado de moda para los medios de comunicación colombianos de la autora Lena Rojas, sirvieron de guía para plasmar ideas claras sobre los conceptos y los temas que se querían abordar en la revista de moda en cuestión.

Luego se procedió a la búsqueda y selección de revistas culturales de moda que existen actualmente, a nivel internacional, nacional y local. Se examinó detalladamente las revistas que tuvieran un enfoque hacia un periodismo cultural en moda, analizando el contenido, la política editorial, las secciones, fuentes, público, publicidad, fotografía y equipo periodístico.

A nivel internacional se seleccionaron las revistas Vestoj , revista W y la revista Vogue, las cuales brindaron claridad en temas de diseño, teoría y moda internacional. A nivel nacional se escogieron la revista Fucsia y Exclama, estas aportaron ideas contundentes sobre expresión fotográfica, lenguaje visual y nuevas perspectivas sobre belleza y moda. Por

último, a nivel local se extendió una larga búsqueda, pero solo se encontró la revista Mundo Caribe, la cual es originaria de Barranquilla y trata temas sobre la cultura, la gastronomía y la moda de esta ciudad, por lo cual contribuyó al enfoque de una cultura en específico.

Posteriormente se indagaron con diferentes autores conceptos como el de moda, política editorial, periodismo cultural y prácticas del vestir para crear el contenido de la revista cultural en moda. Llegando a la conclusión que la concepción de moda existe a través de formas y costumbres que delimitan dentro de las sociedades por su geografía o por diversos factores. Referente al periodismo cultural se conoció como una rama del periodismo especializado que marca la diferencia sociocultural del público, a través de la forma en que construye el discurso y jerarquiza los contenidos que formarán parte de la escena informativa sobre cultura.

Con los conceptos claros se procedió a realizar una tabla para definir la política editorial, las secciones, el público, las fuentes y el equipo periodístico de la revista. El punto más debatido fue la elección de las secciones que debía tener la revista cultural en moda. Para comenzar se escogieron 8 secciones, las cuales se redujeron a 5 para lograr un contenido claro y preciso para cualquier persona, las 5 secciones definitivas fueron: vida cotidiana, actualidad, personajes, opinión y emprendimientos.

Definiendo las secciones también se llegó a la conclusión del diseño que se quería lograr para la revista, el cual era sencillo pero llamativo. Igualmente, en la expresión fotográfica se quería un ambiente cotidiano para que las personas se identificaran. Así mismo, se utilizaría un lenguaje de fácil comprensión y con expresiones propias de Cartagena y del Caribe Colombiano.

Con esto en mente, se contactó a un diseñador gráfico llamado Kevin Habib Gonzáles, con experiencia en el mundo digital y con un amplio conocimiento en páginas web. Se tomaron todas las medidas de seguridad pertinentes a la situación actual, y se llevó a cabo una reunión donde se definió el nombre, el logo y la colorimetría, de acuerdo con lo que se quiere representar en la revista, sobre la moda en Cartagena y el Caribe.

El nombre 'La Pinta' se escogió debido que es una expresión coloquial de la Costa Caribe, para referirse a la vestimenta que las personas eligen para un evento de su importancia. Y la colorimetría se eligió por los colores fuertes y vibrantes que representan las calles alegres de Cartagena y el Caribe, estos colores fueron Fucsia, verde y amarillo.

9.3 Capítulo 2: Captura de información y contenidos.

En este segundo capítulo se evidenciará como se inició la captura de información, próxima y contemporánea, para confeccionar contenidos de periodismo cultural en moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe Colombiano.

Esta fase comenzó con el filtro y la búsqueda de personajes entre los 18 y 25 años, que tuvieran relación con el mundo de la moda y las prácticas del vestir; ya sea confeccionando, creando o siendo espectadores de estos temas.

Teniendo en cuenta, las medidas de bioseguridad y la virtualidad que ha sido protagonista en el año 2020, la búsqueda inició mediante la red social Instagram, indagando perfiles destacados y juveniles, en el que se decidió escoger primeramente a tres personas. De las cuales, solo se obtuvo el contacto de una de ellas.

Esta persona fue Naiara Delgado, utilizando la aplicación Google Meet, se realizó una entrevista, donde se hablaron temas sobre moda desde su perspectiva y la atracción que tiene sobre esto. Así mismo, Naiara facilitó el contacto con Frank Rohenes, un joven diseñador, que decidió realizar la entrevista mediante Whatsapp; contando acerca de su vida en el mundo de la moda, sus colecciones y su idea creativa para cambiar las perspectivas de los estilos masculinos.

En tercera instancia, se realizó el contacto con Dulce Gaviria, solicitando una columna de opinión para la revista en la página web; pero Gaviria estaba muy ocupada; entonces se cambió el formato y se le hizo una entrevista, enfocada en ella, como diseñadora y vestuarista.

Al tener todos los personajes listos, se decidió realizar la sección de emprendimiento, se hizo un filtro por Instagram y contactos conocidos; en el que cada semana se contactaban 2 a 4 personas emprendedoras y se hacían las debidas entrevistas por Whatsapp, teniendo en cuenta el tiempo y la disponibilidad de estos.

Luego de hacer la búsqueda de emprendimientos y entrevistas, se realizó una selección de contenidos, en la que quedaron cuatro emprendimientos del sector del Caribe; escogiendo dos negocios de Cartagena, con el nombre de Heroicas- pañoletas y Vangolfi, accesorios hechos a mano. Así mismo, se escogieron dos emprendimientos de Sincelejo, llamados Sweet Tejidos, roja tejida a crochet y Barbo, tapabocas personalizados.

Anteriormente, todo se realizó teniendo en cuenta las medidas de bioseguridad. Pero llegó el momento de hacer contacto con las personas, por lo que se empezó a citar a cada uno de los seleccionados, para las series fotográficas de distintos sectores de Cartagena; todo con el objetivo de mostrar las prendas utilizadas en su diario vivir, con un agregado en particular, el tapabocas.

Al principio se decidió que serían diez personas por cada localidad, pero muchos no accedieron, ya sea por tiempo, por cuidados en su casa o simplemente porque no querían salir en una cámara. Pero se logró hacer la serie fotográfica de cuatro personas por cada sector.

Para la sección de opinión, se eligieron varias personas para apoyarnos con sus voces de expertos. Pero todos rechazaban la idea, por cuestiones de tiempo. Así que se decidió emplear dos artículos de opinión, haciendo análisis de contenido y tratando temas de controversia.

Uno de estos artículos fue el análisis de contenido de la telenovela “Betty, la fea”, enfocado en la industria de la moda y la mujer; para esto, se observaron todos los capítulos de esta y se leyeron diferentes referencias y opiniones.

Por otro lado, se incluyó el tema de las tallas grandes, puesto que es un tema polémico en la actualidad, que ha dado de que hablar tanto en lo cotidiano, como en los grandes medios de comunicación.

Luego de terminar esta sección, se realizó la selección de contenidos y redacción de la sección de actualidad, para esta se hizo una búsqueda en redes sociales e internet, en la que se indagó cuáles

eran los temas más relevantes de la actualidad. Así mismo, por conversaciones cotidianas se pudo encontrar en qué estaban interesados las personas en su vida cotidiana, en temas de moda. Por lo tanto, el primer tema escogido fue las tendencias de la pandemia, en este se pudieron destacar los tapabocas, como una prenda del diario vivir, el cambio de las prendas de vestir de las personas en cuarentena, ya sea para trabajar, estudiar o simplemente ponerse en una cámara y el maquillaje como método psicológico, para muchas personas.

Por otro lado, se escogió un tema muy trascendental para el medio ambiente y para la economía, desde antes y durante la pandemia, que es la moda vintage, prácticamente por ser una tendencia que recurre al reciclaje y reutilización de las prendas de vestir.

Luego de haber hecho la redacción y creación de contenidos, se realizó un análisis de lo que iba en cada sección, teniendo como requisito, que contara con las características del problema del informe y reflejara la vida cotidiana, la identidad, la cultura, la industria de la moda, el periodismo cultural y el periodismo en moda.

Sin duda, se pusieron en práctica varias herramientas del periodismo cultural y el periodismo en moda, teniendo en cuenta siempre las temáticas de la cultura en Cartagena y el Caribe Colombiano.

Para concluir, este segundo capítulo, en cuanto a la captura de información y contenidos en medio de la virtualidad o la semipresencialidad, se puede decir que existieron ventajas, como la inmediatez, el ahorro del tiempo y la asincronía. Pero tuvo desventajas, como el contacto con ciertas personas, que no usaban las redes sociales o simplemente decidían no contestar.

9.4 Valoración del producto

En este tercer capítulo se mostrarán las diferentes perspectivas realizadas mediante un grupo focal de 8 personas y una encuesta a 35 personas, en el que se valoró la revista “La Pinta”; teniendo en cuenta aspectos como el contenido, diseño y usabilidad.

- **Grupo focal**

Como primera instancia, se seleccionó un grupo de 8 personas, con diferentes edades, estratos y oficios. Cada uno de ellos, realizó la valoración de la revista, considerando los aspectos mencionados anteriormente. Esta valoración inició con el análisis de contenido, evaluando aspectos, en cuanto a lo comprensión, relevancia en temas de actualidad y sugerencias.

De estas 8 personas, 7 expresaron que el contenido era de fácil comprensión, porque tiene una buena caligrafía, distinción de secciones, tiene un contenido específico y se hace buen uso de palabras coloquiales. Sin embargo, una de estas personas, llamada Carlos Rodríguez, manifiesta una confusión en cuanto a la sección de emprendimiento, afirmando que no entiende la propuesta y sugiere que se explique mejor el objetivo de esta.

En cuanto a contenido de relevancia, este grupo sostiene una opinión conjunta, en términos de actualidad, destacando las temáticas por la situación a causa del COVID 19 y el impacto que ha tenido esa problemática en la cotidianidad. Así mismo, resaltan la importancia que le dan los jóvenes a la moda, la visibilización de emprendimientos y la moda sostenible.

En este mismo sentido, el grupo sugirió temas de contenido adicional para la revista, Daniela Martínez recomendó cubrimientos de eventos locales sobre la moda y la cultura en Cartagena. Carlos Rodríguez propuso entrevistas a extranjeros sobre moda en el Caribe. Andrea Chamorro mencionó tips de moda y contenido audiovisual. Y, por último, Patricia Ponnefz invitó a

fortalecer la línea de entretenimiento, en cuanto a belleza, películas y series, que tengan que ver con la temática.

Por otro lado, se realizó la valoración del diseño de “La Pinta”, teniendo en cuenta aspectos como la representación del Caribe a través de la colorimetría y la atracción visual.

La colorimetría en relación con la representación del Caribe, fue acertado por 6 de las 8 personas. Patricia Ponnefz afirma “Son colores que forman parte de la cotidianeidad de nuestra región. Colores que vemos ejemplificados en las casas, en gama colorida de la fauna y la flora, y de los paisajes coloridos de nuestra región”. De acuerdo con esto, Kevin González expresó “Los colores son parecidos a los carteles de los Pick Up, muy propios de la región Caribe”. Igualmente, Guliana de Cuentas afirmó “Son Colores vivos y alegres, refleja lo que somos como región caribe, una cultura alegre con gustos diversos y exóticos”. Sin embargo, Andrea Chamorro y Tania Meléndez discreparon con estos colores, alegando que no representa a nivel regional, si no, específicamente a Cartagena.

En cuanto a la atracción visual, 7 de las 8 personas del grupo, concordaron en que el diseño es llamativo, actualizado y juvenil. Además, la tipografía e imágenes ayudan a una mejor visualización. A diferencia de Andrea Chamorro que sugirió cambiar la tipografía y la paleta de colores.

Por otra parte, se evaluó la usabilidad teniendo en cuenta aspectos como la fácil navegación entre las secciones, el entendimiento de las opciones para cualquier persona y la atracción en condiciones específicas de uso.

Todo el grupo focal concuerda que la página es de fácil navegación, las secciones se visualizan adecuadamente y es sencillo ubicarse en cada una de estas. Patricia Ponnefz agrega “El uso de la plataforma WiX fue una buena elección. Las secciones están bien diseñadas, de

manera simple pero personalizada a la misma vez. La transición del texto y de las imágenes es fácilmente identificada en cuanto se abren las diferentes pestañas del blog”.

Al cuestionar si cualquier persona, podría utilizar sin ningún inconveniente la página web. Todo el grupo exceptuando a Tania Meléndez, coincidieron en que la navegación es sencilla para todo aquel que acceda a esta. Guliana de Cuentas añade “Considero que cualquier persona podría usar, y navegar en la página web. Debido a que se encuentra seccionada adecuadamente, los títulos de las secciones son específicos y precisos, la información que se comparte es precisa, tiene un lenguaje cotidiano”. Sin embargo, Tania Meléndez afirmó “No pienso que sea fácil para alguien que no sepa usar las Tics o un aparato tecnológico. Por ejemplo, los adultos de la tercera edad”.

Para culminar se les cuestionó por la atracción de las condiciones específicas de uso de la página, 6 personas del grupo focal, estuvieron de acuerdo de manera positiva. Guliana de Cuentas afirmó “Considero que sí, debido a que para cualquier apasionado de la moda es importante tener diversos puntos de vista, actualizaciones sobre lo que sucede, ver cómo se mueven las personas, los nuevos talentos y emprendimiento que surgen. En esta página se encuentra todo ese tipo de información que cualquier interesado por la moda podría necesitar”

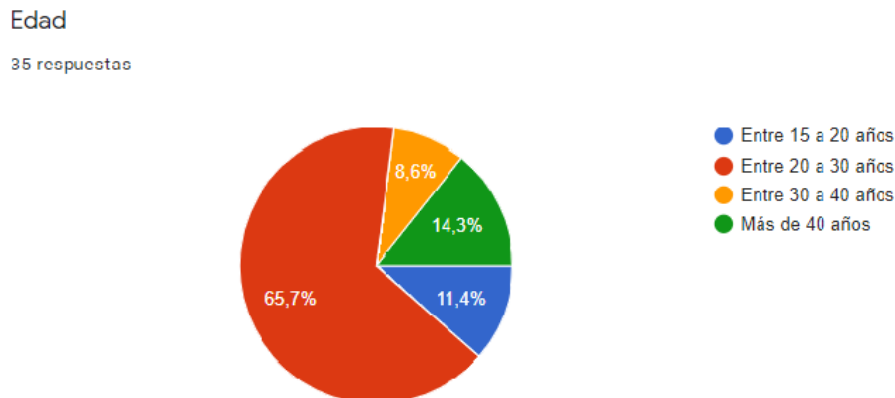
Por otro lado, Andrea Chamorro mencionó “Creo que debería aumentar la interacción en la página principal” y Kevin González sugirió “La página me parece cómoda y sencilla, podrían invertirle un poco más a la interfaz para darle un toque de estilo y elegancia”.

De este modo, mediante el grupo focal se pudieron adquirir diferentes apreciaciones, para el mejoramiento de la revista, en términos de contenido, diseño y usabilidad. Haciendo un proceso de circulación en el que los usuarios o público en general pudieron participar y generar un debate.

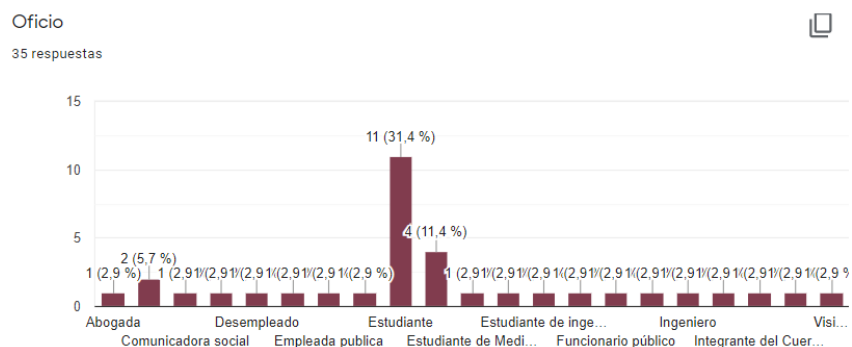
- Encuesta

Se realizó una encuesta a 35 personas, en la que se evaluaron el contenido, el diseño y la usabilidad de la revista; mediante preguntas cerradas, teniendo en cuenta la edad y el oficio de las personas.

A continuación, se pueden evidenciar que, de las 35 personas encuestadas, el 65,7% tienen una edad entre los 20 a 30 años, en segunda instancia se encuentra el 14,3% con edad de más de 40 años, de tercero el 11,4% tienen entre 15 a 20 años y, por último, el 8,6% tienen entre 30 y 40 años.



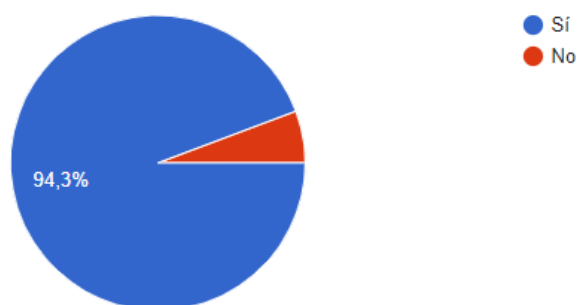
En la siguiente gráfica se puede observar que la mayoría de personas encuestadas son estudiantes, con un porcentaje del 31,4% y el restante se divide en diferentes ocupaciones, como abogados, comunicadores sociales, desempleados, ingenieros, entre otros.



En la siguiente gráfica, de las 35 personas encuestadas, se evaluaron las dinámicas de contenido, dejando como resultado que el 94,3%, equivalente a 33 personas estuvieron de acuerdo que el contenido es de fácil comprensión. Dejando solo al 5,7%, equivalente a 2 personas, con una respuesta negativa. Como resultado, demuestra que la revista La Pinta, en su página web; ofrece contenidos de fácil comprensión para la gran mayoría.

¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

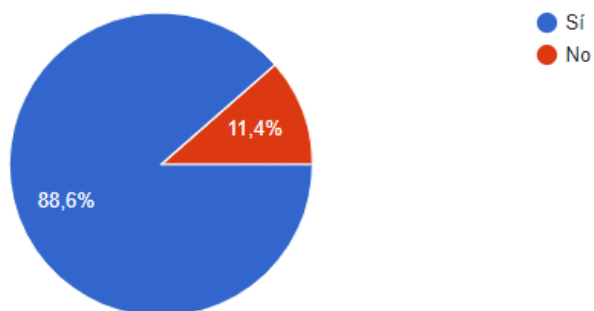
35 respuestas



A continuación, se puede evidenciar que el 88,6%, equivalente a 31 personas, piensan que el contenido es relevante. Dejando al 11,4%, equivalente a 4 personas, con una respuesta negativa. En conclusión, según lo evaluado por las personas, la revista La Pinta, ofrece temáticas relevantes en medio de la actualidad.

¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

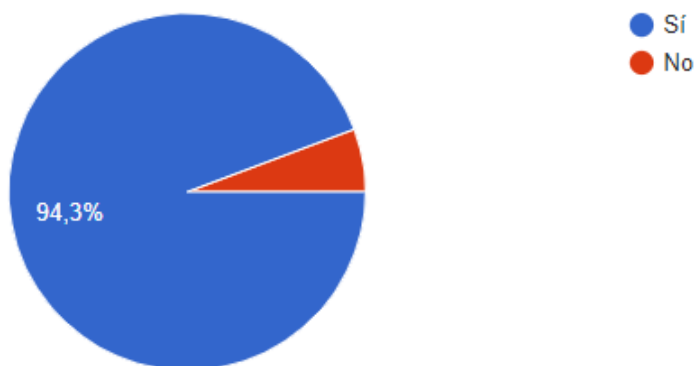
35 respuestas



En la siguiente gráfica, se demuestra que el 94,3% correspondiente a 33 personas estuvieron de acuerdo que la colorimetría tiene afinidad con la región Caribe. Por otro lado, el 5,7% igual a 2 personas, no estuvieron de acuerdo con los colores seleccionados. Dejando así, un resultado positivo a favor del diseño y su representación.

¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

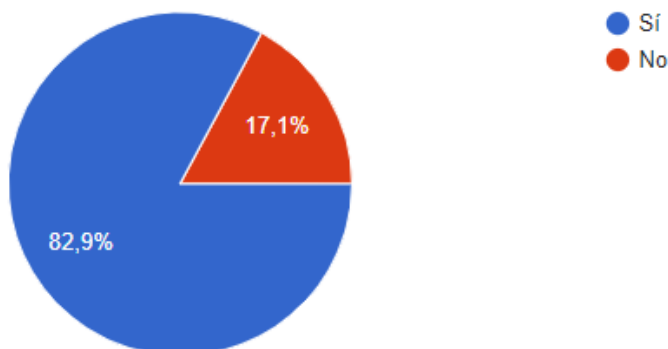
35 respuestas



En la próxima gráfica, se puede mostrar que el 82,9% consecuente a 29 personas estuvieron a favor del diseño con relación a la moda; y el 17,1%, igual a 6 personas, respondieron negativamente. Teniendo como resultado, un impacto positivo en temas de diseño y conceptos.

¿Cree que el diseño es acertado con relación a la moda?

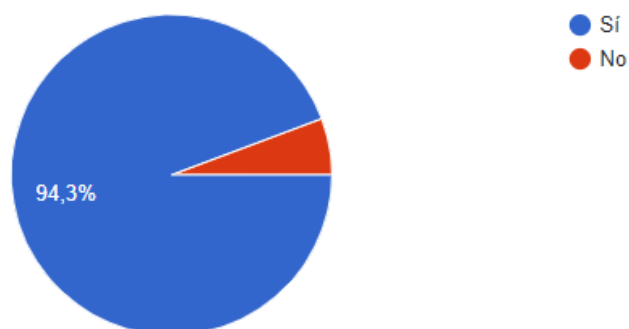
35 respuestas



Consecutivo a esto, la gráfica representa en un 94,3%, equivalente a 33 personas una respuesta positiva ante lo visualmente atractivo del diseño, dejando una reacción no favorable, solamente en un 5,7%, igual a 2 personas. Esto quiere decir, que a la gran mayoría de personas, les agrada visualmente el diseño de La Pinta.

¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente?

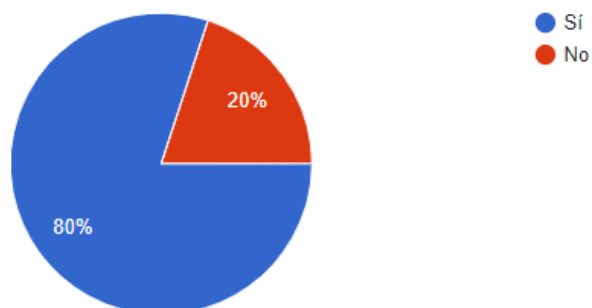
35 respuestas



En temas de usabilidad, se demostró mediante la siguiente encuesta que el 80%, consecuente a 28 personas, está de acuerdo en la facilidad de navegación de las secciones. Pero el 20% equivalente a 7 personas, no estuvo de acuerdo. Por consecuente, se evidencia la favorabilidad de la página al momento de navegar por sus distintas secciones, a pesar de tener un pequeño impacto negativo en las 7 personas encuestadas.

¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

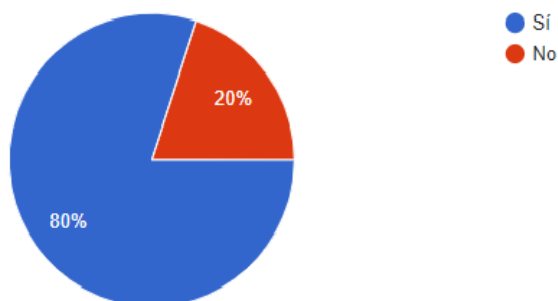
35 respuestas



En la próxima gráfica, se da a conocer que el 20% consecuente a 7 personas, no creen que cualquier persona podría utilizar la página sin problemas. Sin embargo, el 80% equivalente a 28 personas, si lo creen posible. Por lo tanto, se evidencia que la página en su mayoría cumple con los requisitos necesarios para el entendimiento de esta.

¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

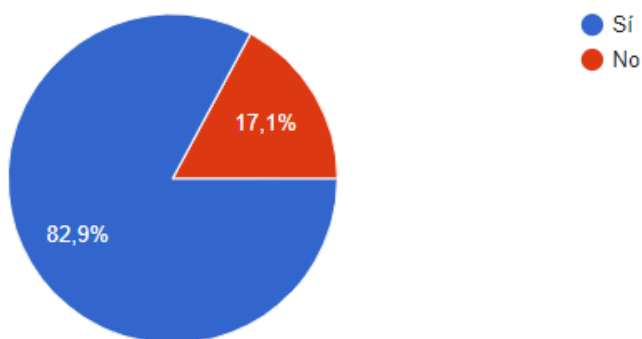
35 respuestas



A continuación, se presenta que el 82,9%, igual a 29 personas creen que la página es atractiva en sus condiciones y el 17.1%, equivalente a 6 personas, no cree que cumple con esos requisitos. Por lo tanto, esto evidencia que la página cumple con las condiciones específicas de uso; como medio informativo sobre temáticas en moda y periodismo cultural, promoción de productos y personajes.

¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

35 respuestas



Luego de esta encuesta realizada a 35 personas, elegidas aleatoriamente. Se concluye, que la página cumple con las condiciones generales, en cuanto a usabilidad, contenido y diseño. Debido a que ofrece un contenido atractivo de fácil navegación y con un diseño y una colorimetría acorde a las temáticas planteadas en la revista.

En cuanto a temas de usabilidad, la revista desempeña condiciones en las que cualquier navegador o usuario, puede acceder sin ninguna dificultad; Así mismo, brinda características específicas de un medio de comunicación, que ofrece información especializada acerca de temas de periodismo cultural y moda.

Por consiguiente, ofrece un contenido útil y práctico, para las personas que estén interesadas en la moda y las prácticas del vestir; enfocado en temas de cultura, vida cotidiana, actualidad y representantes del mismo. Además, se presenta un contenido referente a las costumbres y expresiones de Cartagena y el Caribe Colombiano.

Por otro lado, el diseño cumple con el mensaje que se quiere transmitir a través de los colores, las tipografías y la fotografía. Exponiendo una colorimetría expresiva, con tonalidades fuertes, características de la cotidianidad y la cultura de las personas del Caribe.

10.0 Conclusiones

La experiencia de llevar a cabo el proceso de conceptualización, diseño y producción de una revista de periodismo cultural en una página web sobre moda y prácticas del vestir en Cartagena y la Región Caribe, consistió en los siguientes aspectos: preproducción, producción y circulación.

Como primera instancia, se inició con el proceso de preproducción, en el que se realizó la conceptualización, motivado en la temática de la moda, ya que esta ofrece un universo comunicativo, que, al ser de carácter cotidiano, es un tema pertinente en la opinión pública y el debate.

Por consiguiente, se implementó el análisis de tesis y trabajos de grado, revistas a nivel local, nacional e internacional; en la que se definió la línea editorial, enfocada en promover la opinión pública en Cartagena y Colombia; sobre temas relativos a la moda y las prácticas del vestir, con una perspectiva de periodismo cultural Caribe.

El nombre de la revista “La Pinta”, es una expresión coloquial de la costa Caribe, que hace referencia a la vestimenta que escoge una persona para una ocasión importante. Así mismo, el logotipo y la colorimetría, fueron escogidos basados en la cultura caribeña.

Por otro lado, las secciones escogidas fueron vida cotidiana, actualidad, personajes, opinión y emprendimientos. En las que se reflejaron aspectos culturales enfocados en la moda y las prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe Colombiano.

Una de las secciones destacadas fue la de emprendimientos, en la que se buscaba dar un espacio a las personas, para que mostraran sus ideas innovadoras que buscan inspirar, representar y crear conceptos sobre la moda y las prácticas del vestir.

En el proceso de producción, se realizaron las entrevistas a los emprendedores y personajes significativos del mundo de la moda en Cartagena y, se realizó la recopilación de información y la creación de los contenidos en cuanto a material textual y fotográfico.

Luego, en la implementación del diseño, se procedió a plasmar las ideas, en el espacio de trabajo digital de la aplicación Wix, que permitió el diseño de cada una de las secciones y la organización de dónde estaría ubicado cada contenido. Siendo esta una herramienta de fácil acceso, gratuita y sencilla de utilizar.

Este proceso finalizó con la circulación de la revista, en el que se seleccionaron dos grupos, un grupo focal de 8 personas interesado en la moda, en el que se realizó un debate a través de preguntas y así mismo, se implementó una encuesta a 35 personas, elegidas aleatoriamente, en la que respondieron puntualmente el cuestionario; acerca de la usabilidad, el diseño y el contenido ofrecido en la revista “La pinta”.

Las conclusiones que se derivan de esta tesis, están asociadas en cuanto a cómo fue el proceso de la creación de una revista de periodismo cultural en una página web, sobre moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe.

Para finalizar, “La pinta” es un producto en el cual se aplicaron las técnicas del periodismo cultural, haciendo contacto con los personajes y los temas de interés, recopilando información y seleccionando un contenido final.

La implementación de una revista, requiere de un análisis arduo en el cual es necesario tener diferentes referencias, que ayuden a entender que se quiere, que se necesita y que se desea mostrar en esta. Dándole un estilo, con un objetivo claro, que lo diferencie de los demás.

La creación de “La Pinta”, demuestra que se pueden crear espacios diferentes, para temas que nos acompañan en la vida cotidiana, como en este caso, lo es la moda y las prácticas del vestir; que pueden ser visibilizados y compartidos con el público en general.

11.0 Bibliografía

- Alarcón, G. (07 de 10 de 2018). *Estampas*. Obtenido de Estampas:
<http://www.estampas.com/moda/22030/la-cultura-de-la-moda>
- Alonso, J. 2008. El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Obtenido de: <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/07alonso.pdf>
- Bello, L. (2008). Revista de moda para jóvenes. Bogotá, Colombia
<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis32.pdf>
- Bertuzzi, M. (2016). *Moda, cultura e identidad: el vínculo entre la moda y la sociedad*. Buenos Aires, Argentina. Universidad de Palermo.
- Giménez, G. (2010). *Cultura, identidad y procesos de individualización*. México. Universidad nacional autónoma de México instituto de investigaciones sociales.
- González, P. (Julio de 2016). El periodismo de moda en la blogosfera. Universidad de Valladolid. Recuperado el 26 mayo de 2020, de
https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22487/TFG_F_2016_217.pdf;jsessionid=E3024B531DEE5635ACE88756510FA006?sequence=1
- Kolyvakis, M. (2015). *Las revistas y el periodismo de moda*. Universidad de Palermo.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3484.pdf
- Martins, S. 2016. La importancia de una página web bien construida. Obtenido de: <http://easymarketing.artvisual.net/la-importancia-de-una-pagina-web-bien-construida/>

Moldovan, A. (2007). Lenguaje y comunicación en la juventud.

Madrid, España. Instituto de la juventud

Molina, M. y Roa, M. (2017). El liderazgo en las revistas especializadas en moda. Sevilla, España. Universidad de Sevilla, facultad de Comunicación.

Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 26 de mayo, de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis785.pdf>

“Página Web”. Autor: María Estela Raffino. De: Argentina. Para: *Concepto.de*. Disponible en: <https://concepto.de/pagina-web/>. Consultado: 02 de diciembre de 2020.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [consultada 25/05/2020].

Rojas, L. (2011). La información se viste de frivolidad en busca de un periodismo especializado de moda para los medios de comunicación colombianos. Bogotá, Colombia.

Sánchez, A. (2006) La identidad atreves de la moda. España.
Revista de Humanidades n. 29, artículo 6.

Sarria, F. (2013) Creación de una revista enfocada a la promoción de nuevos talentos del diseño en el contexto de la moda. Quito, Ecuador. Universidad tecnológica equinoccial facultad de arquitectura, artes y diseño de modas.

Universidad Pompeu Fabra (2011) Barcelona, España.
<https://bcu.cat/upf-universitat-pompeu-fabra/>

Yanina, N. (2005). Moda y comunicación. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 28 de mayo de 2020, de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC063896.pdf>

Zambrano, O. V. (2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa Zuliana. *Anagramas*, 72-81.

REVISTA LA PINTA

<p>POLÍTICA EDITORIAL</p>	<p>Mover la opinión pública en Cartagena y Colombia. Sobre temas relativos a la moda y las prácticas del vestir, con una perspectiva de periodismo cultural Caribe.</p> <p>Así mismo, en esta revista nos interesamos por temas de farándula, noticias y actualidad en la industria de la moda, emprendimiento e innovación, moda y vida cotidiana, opinión y actores que influyen en las tendencias de la moda.</p> <p>La información se presenta a través de un portal periodístico cultural en moda y dirigido a múltiples segmentos de público, según sus intereses y necesidades.</p>
<p>SECCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actualidad: tendencias. • Personajes. • Opinión. • Emprendimientos. • Vida cotidiana.
<p>FUENTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes portadores de moda. • Expertos. • Creadores de moda. • Gente del común.
<p>PÚBLICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes entre los 18 y 25 años interesados en la moda. • Empresarios, emprendedores, clientes. • Gente interesada en el fenómeno de la moda. • Público en general.
<p>EQUIPO PERIODÍSTICO</p>	<p>Dayana Arias, Mónica De Luis.</p>

PUBLICIDAD	Será evidenciada en la sección de emprendimientos, de manera periodística.
FOTOGRAFÍA	Fotografías de moda.

La Pinta
PERIODISMO CULTURAL EN MODA

VALORACIÓN DEL PRODUCTO

GULIANA DE CUENTAS MORELO

Profesión: Psicóloga de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco

Edad: 22 años

Estrato: 3

CONTENIDO

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

R/ El contenido de la revista es de fácil comprensión, navegar por ella es sencillo debido a que ingresar esta y las partes que la conforman son de fácil acceso.

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

R/ Hay un apartado que considero importante, donde se menciona la situación actual a causa del Covid-19 y el impacto que ha tenido esta problemática en cuanto a la cotidianidad, los nuevos “accesorios” y la forma de vestir de las personas, uno de estos es el tapabocas, este una herramienta importante en estos tiempos, debido a que mitiga la propagación del Covid-19 y siempre es importante mencionarlo para tomar conciencia y portarlo de forma adecuada.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

R/ A mi parecer, en cuanto a diseño no sé mucho, creo que está bastante completa, las imágenes, la información que aparece y la secciones en que se divide.

DISEÑO

1. ¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

R/ Mucho, porque el caribe se representa con colores vivos y alegres siempre.

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

R/ Sí, es muy atractivo y llamativo.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

R/ Si, es bastante sencillo navegar por las diferentes pestañas y contenidos que se muestran en la página web. Es sencillamente saber sobre qué queremos leer y de acuerdo a la sección podemos encontrar la información que deseamos.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

R/ Si, considero que cualquier persona podría usar, y navegar en la página web. Debido a que se encuentra seccionada adecuadamente, los títulos de las secciones son específicos y precisos, la información que se comparte es precisa, tiene un lenguaje cotidiano.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

R/ Considero que sí, debido a que para cualquier apasionado de la moda es importante tener diversos puntos de vista, actualizaciones sobre lo que sucede, ver cómo se mueven las personas y que nuevos talentos y emprendimiento surgen, en esta página se encuentra todo ese tipo de información que cualquier interesado por la moda podría necesitar.

DANIELA MARTINEZ SANCHEZ

Profesión: Comunicadora Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar

Edad: 24

Estrato: 3

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

R/ Sí, al momento de entrar a la página, es muy fácil ubicarte en cada sección y leer el contenido que trae cada una de estas. Además, que la caligrafía se entiende muy bien.

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

R/ Sí, ya que los jóvenes de esta generación se toman muy en serio la forma en cómo se visten, muchos de ellos se visten según a cómo se sientan identificados según x o y cosa.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

R/ Además del contenido acertado que ya tiene sobre la moda, y ya que el espacio es cultural, se le podría agregar cubrimientos de eventos locales sobre la moda y la cultura de Cartagena.

DISEÑO

1. ¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

R/ Sí, ya que son colores vivos y llamativos que representan lo que somos nosotros como región Caribe, una cultura alegre con gustos diversos y exóticos.

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

R/ Lo es, ya que el uso de los colores, los diferentes tipos de caligrafía y las imágenes ayudan a tener una mejor visualización.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

R/ Como lo dije anteriormente, es muy fácil ubicarse en cada sección y leer el contenido de cada una de estas.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

R/ Sí, ya que la página tiene una fácil visualización en todo su contenido.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

R/ Sí, puesto que es práctica al momento de buscar un tema específico como en este caso lo es la moda y las prácticas del vestir en nuestra región caribe.

CARLOS RODRIGUEZ

Profesión: Economista de la Universidad de Cartagena, Magister en ciencias de la administración y las organizaciones de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Edad: 30

Estrato: 4

CONTENIDO

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

R/ Si, se entiende cuál es la propuesta. Quizás algunas pestañas no se entienden bien con la propuesta “emprendimiento” ¿cuál es el objetivo de esta?

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

R/ Si, la moda es un tema de siempre, esta propuesta es relevante. Hoy en día los contenidos digitales desde todos los ámbitos de la vida son relevantes.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

R/ Opiniones de extranjeros con los outfits usados acá y los que ellos utilizan allá. Pueden ser a manera de entrevistas. Generaría un atractivo a los usuarios

DISEÑO

1. ¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

R/ Si, me gusta mucho los colores utilizados. Pueden realizar combinaciones de colores.

3. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

R/ Podrían reducir un poco la cantidad de información por página y los colores utilizados.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

R/ Si, las secciones se visualizan adecuadamente. Se entiende la propuesta y cada temática a desarrollar desde la página.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

R/ Si, los colores usados sirven de guía natural para pasar de secciones en la página

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

R/ Si la página es atractiva, sugiero que puedan combinar paletas de colores con no más de 3 colores.

OLGA LUCÍA BOBADILLA PACCINI

Oficio: propietaria empresa de decoraciones

Edad: 57 años

Estrato: 3

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

R/ Si, posee un lenguaje sencillo y es claro en el mensaje

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

Pienso que, en esta nueva modalidad, la moda ha pasado a segundo plano, pero a pesar de esto se han enfocado en temas de interés.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

Le agregaría tips de salud.

DISEÑO:

1. ¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

Totalmente.

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

Es colorido atractivo a la vista y nos da diferentes opciones.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

La considero de sencilla y práctica navegación

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

Si.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

Tiene contenido de interés imágenes atractivas, pero en ciertas partes las imágenes bloquean el escrito y es difícil seguir el hilo del mensaje

ANDREA CHAMORRO

Oficio: Periodista

Edad: 21

Estrato: 3

CONTENIDO

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

Sí, puede ser comprendido por cualquier público y es de sumo interés para los amantes de la moda.

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

Sí, especialmente el tema de actualidad y el de mostrar emprendimientos que comercializan complementos en tendencia.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

Tips de moda y contenido audiovisual.

DISEÑO

1. ¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

No, para mí representa algo más local; como si fuese sólo Cartagena.

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

Quizás cambiar la tipografía y la paleta de colores.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

Sí, me gusta.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

Totalmente, es de fácil acceso y fácil navegar.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

En el menú sí, creo que debería aumentar la interacción en la página principal.

KEVIN GONZALEZ

Oficio: diseñador.

Edad: 26 años.

Estrato: 3.

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

Sí, porque los diferentes enlaces son claros y muestran contenido específico.

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

Pienso que no obtiene la relevancia que se merece, ya que es un tema al que le debemos prestar más atención porque las nuevas tendencias y las formas de vestir en el futuro serán diferentes a como lo conocemos ahora con todo esto del rehúso y las modas sostenibles dejando a un lado las prendas de uso limitado y ofreciéndole una segunda oportunidad a prendas ya olvidadas.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

Moda sostenible y futurista.

DISEÑO

1. ¿Considera usted que la colorimetría representa a la región caribe?

Me siento identificado con la pinta por sus colores parecidos a los carteles de picó, muy propios de la región caribe. Además de que la expresión "La pinta" es bastante usada por mis vecinos.

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

Acomodar algunas cajas de texto de manera que quede justificado al centro entre las dos fotografías de moda.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

Si, porque cada página o enlace muestra lo que el nombre me indica claramente.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

Si, pienso que una persona con conocimientos medianos de informática podría navegar fácilmente.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

La página me parece cómoda y sencilla podrían invertirle un poco más a la interfaz para darle un toque de estilo y elegancia

PATRICIA PONNEFZ MACEA.

Oficio: Trabajadora independiente. Diseñadora de modas.

Edad: 50 años.

Estrato: 2.

CONTENIDO

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

Sí, el uso de palabras coloquiales y de uso común facilita la comprensión del contenido ofrecido.

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

Como opinión personal y teniendo en cuenta el contexto del entretenimiento y de la moda, lo es. En épocas de pandemia, los temas que se representan en el blog son muy discutidos hoy en día. Un ejemplo de esto son los emprendimientos, que están surgiendo como medio de subsistencia y de representación personal ante los talentos de las personas que han enfrentado dificultades de la crisis sanitaria y que han encontrado un momento de esparcimiento y de crecimiento.

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

Para que siga la línea del entretenimiento, podría abarcar temas de contenido musical, de belleza y cuidado personal, de películas y series.

DISEÑO

1. ¿Considera que la colorimetría representa a la región caribe?

Sí, en su mayoría son colores que forman parte de la cotidianeidad de nuestra región. Colores que vemos ejemplificados en las casas, en gama colorida de la fauna y la flora, y de los paisajes coloridos de nuestra región.

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

Sí, el diseño es bastante atractivo, colorido, juvenil y se nota muy moderno de acuerdo a lo usualmente utilizado en las diferentes plataformas como en las revistas, blogs, sitios web de la actualidad. Una respetuosa sugerencia radica en revisar la elección del color de la fuente de texto de los artículos de la sección de emprendimiento y los fondos utilizados en la misma. En varias partes se dificulta la lectura debido a que los colores se asemejan y se combinan.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

Sí, el uso de la plataforma WiX fue una buena elección. Las secciones están bien diseñadas, de manera simple pero personalizada a la misma vez. La transición del texto y de las imágenes es fácilmente identificada en cuanto se abren las diferentes pestañas del blog. Incluyendo los artículos publicados.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

Sí, como antes fue mencionado. Las secciones de la página están bien definidas y separadas, no se dificulta la navegación en el sitio web por uso de contenido en demasía o por su complejidad. Además, el uso de la fuente del texto es atractivo y cómodo al leer.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

Ya que es un blog relacionado a la moda, pienso que tanto las imágenes como el texto están coordinadas con la temática que se pretende abarcar. Por otra parte, los colores hacen que el blog sea llamativo y facilita el disfrute de la lectura cuando se navega por el mismo.

TANIA MELENDEZ

Oficio: Estudiante de Derecho.

Edad: 19 años.

Estrato: 4.

CONTENIDO

1. ¿Considera que el contenido es de fácil comprensión?

En la versión de computador sí, la versión de celular no. Porque la interfaz se ve distinta

2. ¿Piensa que el contenido es relevante en temas de actualidad?

Sí, la moda siempre estará ligada a lo que suceda en la actualidad

3. ¿Qué tipo de contenido le agregaría a la revista?

En la sección vida cotidiana, no sólo se enfoquen en los jóvenes, también podría ser en adultos

DISEÑO

1. ¿Considera que la colorimetría representa a la región caribe?

No, pues siempre he asociado la colorimetría de la región caribe con colores vibrantes

2. ¿Piensa que el diseño es atractivo visualmente? ¿Qué nos recomienda?

Sí, porque está bien organizado, En la sección de opinión sugiero alguna variación, en el tamaño o un poco más de color, para que fuera más atractivo a la hora de leer.

USABILIDAD

1. ¿Considera que es sencillo navegar por las distintas secciones de la página web?

Desde el celular no, pero en el computador sí.

2. ¿Cree que cualquier persona podría utilizar y entender la página sin ningún inconveniente?

No, de pronto para alguien que no sepa usar las tics o un aparato tecnológico. Por ejemplo, adultos de la tercera edad.

3. ¿Cree que la página web es atractiva en condiciones específicas de uso?

Sí, la división de las secciones hace que sea más fácil de encontrar las cosas.