

Tierra de Reinas, propuesta de creación de un nuevo medio sobre los concursos de belleza regionales en Colombia

<https://portaltierradereinas.wixsite.com/tierradereinas>

Autoras: Paola Andrea Perilla Alfonso y Jessica Zapata Quintero

Director: Daniel Barredo

Propuesta de creación de nuevo medio

Programa de Periodismo y Opinión Pública

Escuela de Ciencias Humanas

Universidad del Rosario

2020

Agradecimientos

A la Universidad del Rosario que nos enseñó las bases del Periodismo y especialmente a aquellos profesores que nos dejaron volar, demostrando que los temas son variados e infinitos para un periodista, no limitándose a pensar si son superficiales, sino más bien cultivarnos en la constancia y el esfuerzo para realizar productos de calidad y a profundidad. Especialmente, le damos gracias a nuestro director, Daniel Barredo, quien desde un comienzo confió en nuestra idea y no dudó en poner sus conocimientos y su total disposición para guiarnos en el mejor camino.

Damos especial agradecimiento a las partes más importantes de nuestras vidas, amigos y familiares, que aun desconociendo acerca del tema, se interesaron y alimentaron su curiosidad por todo el mundo de los reinados regionales en nuestro país. A Pao (de Jess) y a Jess (de Pao) por confiar en que podíamos trabajar sin conocernos mucho; al final, ir por este viaje juntas ha sido maravilloso. Y por supuesto, aprovechamos este pequeño espacio para agradecer a la belleza colombiana, que personalmente consideramos diversa y en diferentes presentaciones, entrelazándose con la cultura, el folclore, y creando recuerdos que forman parte de la historia e identidad de un país.

Índice

Resumen	2
Palabras clave	2
Problema de investigación	3
Justificación	6
Análisis de la oferta	8
Definición del público objetivo	10
Filosofía del medio	16
Objetivos del medio	18
Metodología	19
Estudio de mercado	20
Estrategia de Redes Sociales	26
Presupuesto tentativo	37
Conclusiones	39
Bibliografía	40
Otras referencias	41
Anexos	43

Resumen

Este trabajo de grado tiene como fin presentar la propuesta de creación de un nuevo medio de comunicación digital, Tierra de Reinas. El objetivo principal de esta plataforma es realizar productos periodísticos de manera especializada sobre los reinados de belleza regionales y folclóricos que se realizan en todo el territorio colombiano. Estos certámenes, que son escaparate de la cultura y el folclore de varias regiones del país, también involucran otros aspectos e industrias como la moda, publicidad, estilismo y todo lo que hay detrás de las historias de las participantes y aspectos en torno a la realización de los certámenes. Así, la propuesta se diferencia del tratamiento superficial que se le ha dado a los reinados de belleza en los medios de comunicación tradicionales.

Enlace al piloto del proyecto: <https://portaltierradereinas.wixsite.com/tierradereinas>

Palabras claves: reinados regionales, folclore, medio de comunicación digital, periodismo digital, periodismo especializado, reinados en Colombia, Tierra de Reinas, reinados de belleza.

1. Problema de investigación

Los reinados de belleza representan rituales políticos, económicos y culturales (De la Torre, 2013), que permiten la creación de un sentido nacional. Asimismo, son espacios donde se comparten símbolos y prácticas que pueden definir aspectos como la etnicidad y feminidad, cuando se hace referencia a la identidad nacional.

Los reinados de belleza en Colombia comenzaron en el año 1904 en la ciudad de Buga; más adelante, en el año 1969, se transmite en vivo por primera vez el Concurso de Belleza en Cartagena (Salamanca y González, 2016). Desde ese momento, en Colombia, los reinados se han ido configurando como parte de la tradición cultural en varias regiones del país.

Generalmente, se usan productos agrícolas, actividades económicas o lugares turísticos representativos de cada municipio o departamento para denominar el certamen de belleza. Estos concursos varían de acuerdo a su lugar de realización. Por ejemplo, el Reinado de la Panela en Villeta, Cundinamarca; el Reinado Nacional del Bambuco en Neiva, Huila, el Reinado de la Papaya en Valencia, Córdoba, entre otros.

Sin embargo, en el país hay un vacío de conocimiento sobre los reinados de belleza regionales, tradicionales y folclóricos. En Colombia existen 3,794 festividades y celebraciones culturales (Semana, 26 de enero de 2015), muchas de ellas involucran la realización de concursos de belleza que se hacen anualmente. A pesar de que -de acuerdo a esta fuente-, se estima que se celebran, aproximadamente, más de mil reinados al año, se trata de una aproximación y, por lo tanto, no existe un censo de este tipo de eventos o una cifra exacta sobre cuántos realmente son.

Aunque hay una gran variedad de concursos de belleza, los medios de comunicación masivos, es decir, las grandes cadenas de televisión, radio y prensa que cubren la información masiva en todo el país, han centrado su atención en los más conocidos, es decir, aquellos que tienen un alcance nacional o internacional y un extraordinario impacto en la opinión pública. Por ejemplo, el Reinado Nacional de Belleza o el de Miss Universo. De acuerdo a las cifras de Rating Colombia, la versión del año 2019 del certamen nacional tuvo un rating de 8,474%, estando entre los 3 programas más vistos esa noche. (El Universal, 11 de diciembre de 2019). Sin embargo, el cubrimiento periodístico de estos grandes eventos presenta problemas, por dos aspectos principales.

El primero, es el superficial tratamiento que tradicionalmente se ha hecho de ellos. Los reinados en Colombia hacen parte del llamado Periodismo Rosa, como explican Bermúdez y Sosa (2018), dentro del ámbito del Entretenimiento, en que se tratan temas de cultura, cine, teatro, música, sociedad, entre otros, así como los ya referidos certámenes de belleza. Esta sección cuenta con un espacio realmente menor en proporción a los demás temas tratados, lo que genera que se abarquen de manera ligera cada uno de los contenidos. Sin embargo, la sección se

mantiene, porque se ha demostrado que el Periodismo Rosa es una industria que genera utilidades de alrededor de 1,9 billones de pesos a los medios de comunicación (Bermúdez & Sosa, 2018).

El segundo aspecto tiene que ver con los estereotipos que se han generado alrededor de los certámenes y que los mismos medios de comunicación han reproducido. En ese sentido, el Periodismo Rosa hace parte de los espacios de esparcimiento que las personas usan para alejarse de la cotidianidad; de acuerdo a Carvajal (2010), el problema con este tipo de información periodística es que está realizada con la única intencionalidad de obtener ganancias económicas. Esto hace que, en lugar de tener un valor social -como es originalmente su finalidad-, sus contenidos sean banalizados.

Sobre este tema, es también importante lo propuesto por el filósofo y sociólogo Gilles Lipovetsky (2006), quien explica que la gente suele consumir este tipo de información, porque la sociedad, en general, está obsesionada con el entretenimiento y, en concreto, con unos contenidos que tienden a construir idealizaciones y estereotipos inalcanzables. Es por esto que los reinados de belleza más conocidos tienen una amplia difusión, únicamente la noche en la que se celebra la coronación final. En los reinados de belleza se refleja lo que afirma el autor, ya que las participantes encarnan un estereotipo inalcanzable, mientras que la sociedad los consume, lo que se evidencia en los comentarios y críticas que se hacen hacia ellas.

Otro concepto usado por el autor para referirse a este ámbito, alude a la moda, es decir, la capacidad de los individuos de cambiar continuamente y crear su propia apariencia en medio de la misma agitación producida dentro de esta industria (Lipovetsky, 1990). Lo anterior, considerando que las personas están una sociedad en la que, además de la moda, todo su entorno va cambiando constantemente.

Precisamente, con respecto a la industria de la moda, es necesario destacarla aquí, ya que está íntimamente ligada con la realización de reinados de belleza en el país. De acuerdo al análisis de lo escrito por Ronald Barthes y retomado por Lorena González (2010), hay todo un entendimiento en lo que se refiere a la marca de un producto, en este caso visto desde el concepto Moda: “Saber analizar los deseos de los consumidores y poder traducirlos en imágenes y esas imágenes poder explicarlas con palabras es una habilidad que no todos los diseñadores de modas poseen y que ciertamente, es muy importante hoy en día en un mercado donde hay tanta oferta y la diferenciación tiene que ser muy fuerte” (González, 2010, p. 157).

De acuerdo con Procolombia (s.f.), el sector de la moda es uno de los más dinámicos de la economía del país. En el año 2017, por ejemplo, se estimó que la exportación de los productos relacionados generó un total de US\$921 millones. En ese sentido, la moda es un sector importante en Colombia y no solo está relacionada con los certámenes de belleza de la manera más evidente: el estilismo, vestuario, maquillaje, entre otros. Más bien, la noción de moda como una marca puede ser también una referencia para el objetivo a alcanzar en un medio de comunicación digital que va a centrarse en los reinados de belleza: diferenciarse y dirigirse a

un público específico; además de, paralelamente, cubrir el vacío informativo que existe en el país.

Por todo ello, este proyecto se ha fijado construir una plataforma en línea que profundice en la construcción periodística de los concursos de belleza regionales en Colombia. Dado que ya se demostró que estos tienen un valor cultural para las poblaciones en las que se realizan y su difusión y cubrimiento periodístico ha sido superficial y casi nulo. En concreto, a través de este trabajo se pretende responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo integrar la diversidad regional colombiana, específicamente orientada a los concursos de belleza, en un medio digital sustentable, de alcance nacional?

2. Justificación

En Colombia hay un gran número de reinados de belleza, porque los colombianos los hemos usado como un elemento mediático para representar simbólicamente a las regiones y a la nación, como explica el sociólogo Adolfo Amaya (citado por Millán Valencia, 2015). Es por esta razón que los reinados regionales cuentan con un importante arraigo y relevancia cultural en el lugar en el que se realizan, dado que los certámenes pueden llegar a ser la representación de distintas realidades del interior de municipios y departamentos del país.

Gilles Lipovetsky (2006) afirma que los contenidos de entretenimiento, tradicionalmente considerados banales, hoy son todo un paradigma. La ligereza, dice el autor, se ha convertido en la esencia de muchos ámbitos de la actualidad. El autor apunta que aquello que es considerado ligero y que antes hacía parte de un vicio o simplemente un ideal, ahora es una dinámica común a todas las personas, un paradigma con el valor y las cargas que esto conlleva, y es allí donde radica su importancia.

Así, los reinados de belleza pueden tomar otro rostro, en tanto que no permanecen como certámenes superficiales, mediáticos e irrelevantes, sino que, mediante la recolección de información sobre ellos, pueden reconstruirse realidades y condiciones socioeconómicas individuales y colectivas.

Adicionalmente, la relevancia cultural del medio aquí propuesto tendrá que ver también con las diferencias geográficas que predominan en el país. Los municipios y departamentos, de acuerdo a su ubicación geográfica, presentan distintos desarrollos sociales (Sánchez y Núñez, 2000). Esto se ha desencadenado, necesariamente, en distancias y diferenciaciones culturales. Es decir, una región del país desconoce aquello que sucede en otras, cuáles son sus tradiciones y expresiones culturales. Es por eso que la plataforma digital que se propone, que será de alcance nacional, ayudará a cohesionar y divulgar esas identidades que permanecen desconocidas entre regiones.

Pero además de la relevancia cultural que el medio pueda tener, se debe tener en cuenta también a una industria que está ligada a los reinados de belleza en dos sentidos: tanto en la realización misma de los certámenes, como en la representación social que ellos significan. Esta es la industria de la Moda, fundamental para nuestro medio de comunicación, porque, como se mencionó anteriormente, en la misma realización de los certámenes de belleza está inmiscuido el diseño de trajes, vestimentas y estilismo para las participantes. Esto no solo le da a la plataforma la entrada a este mercado que, como se vio, es uno de los más importantes y dinámicos del país, sino que el medio podrá llegar a nutrir y potenciar esta industria desde su labor.

Finalmente, para demostrar la relevancia social del medio de comunicación, hay una población más que se verá impactada de forma positiva por la labor de la plataforma: las participantes en los concursos de belleza regionales. Maxine Craig (2000) explica que las mujeres han aprovechado la exposición que ofrecen estos escenarios y se han mostrado a sí mismas como

mujeres independientes y que pueden orientarse hacia una carrera. Ese escenario es evidente en los reinados de belleza más reconocidos, situación que se replica a nivel local en los certámenes regionales. La cobertura del medio, por ello, otorgaría mayor visibilidad a las participantes.

Este proyecto tiene un componente de innovación en varios aspectos. La información periodística allí relacionada será distinta a lo que los medios de comunicación masivos y otras plataformas digitales han realizado sobre los reinados de belleza. El portal, así mismo, tendrá variedad de contenidos y formatos periodísticos, además diferenciados para los distintos segmentos de público objetivo. También, será un portal especializado en el tema, como no existe ningún otro en el país, porque se recogen aristas de los certámenes a las que no se les ha dado un tratamiento.

El portal será un espacio dedicado a los certámenes de belleza regionales y culturales de Colombia. En él se encontrarán productos periodísticos, propios y de terceros, que aporten a generar conocimiento sobre este tipo de certámenes; desde lo meramente informativo hasta aquellas historias y realidades que se reflejan en su realización.

3. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realizó tras una búsqueda de referentes de plataformas digitales especializadas en el tratamiento de reinados de belleza. A cada uno de los criterios de la matriz se le asignó un puntaje de 1 a 5, de acuerdo a si el criterio se consideraba poco (1) o muy (5) relevante como referencia para el medio de comunicación que se planea realizar. De este modo, se unificó el criterio para organizar los competidores del más al menos importante (**Anexo 1. Tabla de análisis de la oferta y jerarquización de los competidores**).

Tras este análisis, uno de los principales hallazgos fue la ausencia, en Colombia, de plataformas digitales dedicadas netamente al tratamiento de reinados de belleza. Las páginas web o blogs que se hallaron, se encuentran desactualizados y la mayoría de la información sobre este tema predomina en cuentas de redes sociales. Por esta razón, los referentes principales, con los modelos de negocio más llamativos y sustentables, son de carácter internacional. Estos son los casos de Missosology y Global Beauties, portales dedicados únicamente al cubrimiento de los reinados de belleza a nivel global más importantes que existen actualmente.

Por otro lado, en Colombia, decidimos revisar las plataformas digitales de los medios tradicionales que tratan diversos temas, pero entre sus contenidos incluyen los reinados de belleza. Se pudo identificar que, por ejemplo, la Revista Cromos puede ser un referente importante, debido a que sus contenidos están direccionados a un segmento de público similar al de la presente propuesta. Allí predominan contenidos llamativos y con lenguaje sencillo, ya que se trata de una revista especializada en entretenimiento y estilo de vida.

Se halló también un caso de medio regional, elcampesino.co que, aunque no es especializado en el tema, sí ha hecho cubrimientos y brindado información sobre los reinados de belleza en el país. Al ser una plataforma de cobertura regional, se encontró mucho más contenido de los certámenes locales, lo que da algunas luces sobre el tipo de información que se puede realizar para ser direccionada a un público más regional. Es común que se hable del concurso, empezando por exaltar el producto y que se explique la relevancia cultural del certamen y el festival en el que está incluido.

En este punto, es importante resaltar que, en la mayoría de los medios estudiados, se encuentran puramente contenidos noticiosos. Las plataformas no suelen ir más allá del mero cubrimiento del certamen. Y de allí, justamente, se puede empezar a enfocar una de las ventajas competitivas del presente proyecto: además de los contenidos informativos que, por supuesto, se realizarán, también se buscarán historias más particulares y cercanas, que serán contadas en otros formatos periodísticos. Se diversificará mucho más los contenidos, con el objetivo de ofrecer a la audiencia una experiencia distinta con respecto de los demás medios de comunicación.

En la realización del análisis se encontraron también modelos de negocio interesantes, sobre la creación de comunidad y venta de contenidos, los cuales serían un referente importante. Estos

son los casos de My Beauty Queens y elcampesino.co, en los que las audiencias pagan por acceder a contenidos exclusivos e, incluso, para poder aportar a ellos. Es bueno considerar estas ideas, porque son plataformas con audiencias tan comprometidas que han empezado a formar comunidades, y este tipo de públicos serán fieles compradores y usuarios de los contenidos ofrecidos.

Con todo lo anterior, nuestra plataforma tendrá una importante ventaja frente a las demás existentes y mencionadas anteriormente, debido a que será la única en el mercado en dar tratamiento periodístico detallado a los reinados de belleza regionales y folclóricos en el país. Además, existe un público interesado en estos certámenes cuyas necesidades no han sido atendidas, y el medio en línea entrará a cubrir este vacío. No solo de producción de información sobre estos certámenes, sino de organización y centralización de la que ya existe.

4. Definición del público objetivo

Para el presente proyecto se ha definido el público objetivo mediante cuatro segmentos, que también se organizaron por medio de tablas completadas a través de un trabajo de observación y análisis de los públicos de plataformas y páginas que manejan temas similares y pueden ser considerados como competencia.

Segmento 1			
Variables geográficas			
País de nacimiento	País de residencia	Región y ciudad	Barrios principales
Colombia	Colombia	Grandes ciudades de Colombia	
Variables demográficas			
Rango de edad	Sexo	Estado civil	Ingresos mensuales
20 - 30 años	Mujeres	Solteras / Casadas	De 2 smmlv a 4 smmlv
Idioma/s que habla/n	Religión	Nivel de formación	Profesión
Español	Católica o creencia libre	Bachiller y pregrado	Empleo formal o proyectos independientes
Variables psicográficas			
Valores	Actitudes	Deseos	Opiniones
Alegre, tolerante, disciplinado, vanidoso, crítico	Prioridad a mensajes textuales y audiovisuales	Entretenerse, informarse, interés por lo relacionado a la moda, maquillaje, etc.	En general, están de acuerdo con el status quo actual. Tanto en parámetros de belleza, como lo político, social, etc.
Estilo de vida			Personalidad

Interesado en lo que le rodea, apasionado, buscando destacar en cualquier ámbito, buscando el éxito.		Extroversión	
Variables comportamentales			
Frecuencia de la compra		Fidelidad del consumo	Grado de uso
Frecuentemente - 1 vez por semana		Fiel	Dos o tres veces a la semana
Momentos de uso	Lugares de uso	Hábitos	Beneficios
Momentos de ocio	Casa, lugar de trabajo, lugares sociales	Descanso, comidas, reuniones	Encontrar tendencias, productos

Segmento 2			
Variables geográficas			
País de nacimiento	País de residencia	Región y ciudad	Barrios principales
Colombia	Colombia	Ciudades grandes	
Variables demográficas			
Rango de edad	Sexo	Estado civil	Ingresos mensuales
20-30 años	Hombre	Solteros	2 smmlv - 4 smmlv
Idioma/s que habla/n	Religión	Nivel de formación	Profesión
Español	Creencia libre	Bachiller y pregrado	Empleo formal o proyectos independientes
Variables psicográficas			
Valores	Actitudes	Deseos	Opiniones

Tolerante, equitativo, críticos, alegre	Prioridad a mensajes visuales	Entretenerse, enterarse, divertirse	A favor del movimiento LGBTI. Está de acuerdo con parámetros de belleza.
Estilo de vida			Personalidad
Curioso, exitoso, innovador, apasionado y que le gusta destacar.			Extroversión
Variables comportamentales			
Frecuencia de la compra		Fidelidad del consumo	Grado de uso
Frecuentemente - 1 vez por semana		Fiel	Dos o tres veces por semana
Momentos de uso	Lugares de uso	Hábitos	Beneficios
Momentos de ocio	Casa, lugares sociales	Descanso, comida y reuniones.	Saciedad de curiosidad, la crítica de belleza y moda.

Segmento 3

Variables geográficas			
País de nacimiento	País de residencia	Región	Barrios
Colombia	Colombia	Pueblos y municipios de diferentes lugares del país	
Variables demográficas			
Rango de edad	Sexo	Estado civil	Ingresos mensuales
15 - 25 años	Mujer	Solteras	1 smmlv - 2 smmlv
Idioma/s que habla/n	Religión	Nivel de	Profesión
Español	Católica	Bachillerato	Empleo formal o informal
Variables psicográficas			

Valores	Actitudes	Deseos	Opiniones
Honesta, humilde y alegre.	Mensajes audiovisuales	Entretenerse, identificarse, celebrar, informarse	Interés por el desarrollo y bienestar regional.
Estilo de vida			
Relajado, arraigado, rural, familiar y social			Socialización
Variables comportamentales			
Frecuencia de la compra		Fidelidad del consumo	Grado de uso
Una vez a la semana		Fiel o poco fiel	2 o 3 veces a la semana
Momentos de uso	Lugares de uso	Hábitos	Beneficios
Momentos de ocio	Casa y lugares sociales.	Reuniones, festividades	Distracciones, sentido de pertenencia por lo regional, reconocimiento

Segmento 4

Variables geográficas			
País de nacimiento	País de residencia	Región y ciudad	Barrios principales
Exterior-América Latina	Exterior-América Latina		
Variables demográficas			
Rango de edad	Sexo	Estado civil	Ingresos mensuales

25 - 35 años	Hombre / Mujer	Solter@s, casad@s	3 smmlv - 5 smmlv
Idioma/s que habla/n	Religión	Nivel de formación	Profesión
Español	Cualquier religión, pero no de manera radical	Bachiller-pregrado	Trabajo formal o proyectos independientes
Variables psicográficas			
Valores	Actitudes	Deseos	Opiniones
Tolerante, equitativo, alegre	Textuales, audiovisuales o multimediales	Enterarse de lo que pasa en reinados de otras partes del mundo. Conocer de la cultura de otros lugares.	Abierto a conocer nuevas culturas y expresiones, se preocupa por entender el mundo de los demás
Estilo de vida			Personalidad
Curioso, relajado, exitoso, innovador, aventurero, apasionado.			Socialización
Variables comportamentales			
Frecuencia de la compra		Fidelidad del consumo	Grado de uso
1 vez cada dos semanas		Fiel - Poco fiel	1 vez por semana
Momentos de uso	Lugares de uso	Hábitos	Beneficios
Momentos de ocio	Casa, lugar de estudio o trabajo, durante viajes	Descanso, viaje	Ampliación de conocimiento sobre otras culturas, conocimiento previo sobre un lugar

De acuerdo al análisis de perfiles realizado, la mayoría del público objetivo está integrado por mujeres, aunque también se ha identificado un segmento conformado por un pequeño grupo de hombres con características particulares. En general, los segmentos se encuentran entre los 20 a 35 años y comparten personalidades sociables y extrovertidas. Existe preferencia por los mensajes textuales, audiovisuales y multimediales. Nuestro público objetivo está homogeneizado sobre el gusto por los reinados de belleza y las manifestaciones culturales en Colombia.

El primer segmento está conformado por mujeres de 20 a 30 años, residentes en el país, principalmente en las grandes ciudades. Son empleadas o tienen proyectos independientes que les representan ingresos significativos (de 2 a 4 smmlv). En general, están interesadas en temas de moda, maquillaje y estilismo, razón por la que están relacionadas a los reinados de belleza. Así, su ingreso al portal estará destinado para sus momentos de ocio y descanso. Sus intereses en las tendencias y los productos las hará consumidoras frecuentes y fieles y, por ende, el segmento de público objetivo mayoritario.

Para continuar, se define también un segundo segmento conformado por mujeres, pero que residen en municipios más pequeños y otras regiones del país. Este segmento se considera en rangos de edades menores, entre los 15 y 25 años, porque es en este público donde suelen ubicarse las participantes de los reinados de belleza regionales. Este segmento se define con un nivel educativo y cantidad de ingresos un poco menor (entre 1 y 2 smmlv). Están interesadas también por los productos y la industria relacionada a los reinados de belleza, solo que, desde un enfoque más regional, donde intervienen otros intereses y perspectivas.

Posteriormente, debe definirse entonces un segmento de público objetivo conformado por hombres. Este público tiene, en cuanto a edad, ingresos, nivel educativo e intereses, unas características similares al primer segmento establecido. Sin embargo, es particular aquí que estos hombres están relacionados a movimientos LGBTI o, directamente, a la industria de la moda, el estilismo y el maquillaje. Es por esta razón que se interesan por los reinados de belleza, y por lo que su uso del portal se da tanto en momentos de ocio, como en los de trabajo y socialización.

Finalmente, el último de los segmentos está conformado por hombres y mujeres no residentes ni nacidos en el país. Este segmento se define para considerar también a aquellas personas interesadas en los reinados de belleza a nivel internacional o en conocer las expresiones culturales de Colombia. Sin embargo, por cuestiones de lenguaje, se restringen los países de origen solamente a América Latina. Por todo lo anterior, el uso del portal por parte de este segmento se dará durante momentos de ocio y previo o durante un viaje.

5. Filosofía del medio

Tras una exhaustiva revisión de literatura, se generó un estado del arte que funciona como sustento teórico para la filosofía del medio (**Anexo 2. Estado del Arte y Marco Teórico - construcción y soporte conceptual del medio**). De este modo, se delimitan los valores, estilos a tratar en el medio de comunicación, algunos temas, formas de contenido y el conocimiento del panorama general ya construido alrededor de los reinados de belleza en el país.

Así, de acuerdo a las perspectivas recogidas en unos de los pocos trabajos académicos que tratan los reinados regionales en Colombia, se encuentra que las percepciones de los públicos en las regiones, quienes están directamente implicados en la realización de los certámenes, pueden ser diversas. Sin embargo, la mayoría de ellas coinciden en la necesidad de un mayor cubrimiento y respectiva relevancia de estas celebraciones.

Por ejemplo, en el libro que da algunas reflexiones sobre el festival folclórico de San Pedro en Caquetá (Cadena, 2016), se encuentra que las personas consideran que las candidatas y ganadoras se convierten en abanderadas de la región y de los productos, mientras otros afirman que se mantiene la difusión de estereotipos sobre las mujeres en estos reinados. Sobre esto, Reyes y Gedeón (2016), afirman que esta perspectiva negativa ha sido también promovida gracias al ligero cubrimiento que los medios de comunicación en el país han realizado de estos certámenes.

Por todo lo anterior, el medio propuesto, Tierra de Reinas, buscará primordialmente realizar contenidos periodísticos con mayor profundidad que evidencien la importancia regional y relevancia cultural que tiene los certámenes de belleza folclóricos. Con esto, se da una perspectiva más cercana e inclusiva de todas las personas involucradas en la realización: candidatas, organizadores, industrias paralelas y pobladores de los municipios y departamentos.

Otro de los valores más relevantes para el presente medio es la diferenciación. La construcción teórica de este concepto se da a través de su implicación en la industria de la Moda que, ya se sabe, no solo es una de las más importantes en Colombia y a nivel mundial, sino que también está relacionada directa e indirectamente con la realización de reinados de belleza (Martínez, 2006). Así, dada la globalidad de las tendencias de Moda hay un creciente interés de los diseñadores por generar propuestas mucho más cercanas y direccionadas a nichos de público con intereses específicos, ya que se ha demostrado que las personas tienden a consumir más aquello con lo que se sienten identificados o representados (González, 2010).

Por esta razón, Tierra de Reinas se enfocará en cubrir de manera cercana estos certámenes que no habían sido considerados relevantes en el ejercicio periodístico. Nuestros contenidos no serán ni las generalidades temáticas tratadas en la mayoría de los medios de comunicación, ni todos los contenidos presentados dentro del Periodismo Rosa o contenidos de entretenimiento, ni siquiera trataremos la generalidad de los reinados de belleza existentes. El elemento

diferenciador del medio es poner la lupa en los certámenes de belleza regionales, una temática y, con ella, unos públicos, que no habían sido considerados anteriormente.

Finalmente, De la Torre (2013) afirma que este tipo de certámenes permiten la promoción del sentimiento nacionalista, ya que a través de ellos se expresan símbolos e identidades comunes entre quienes promueven su realización. La construcción de la 'identidad colombiana' - aunque este concepto sea todavía difuso y discutible - está presentada, de algún modo, en la realización de reinados de belleza a través de todo el territorio nacional.

Tierra de Reinas considera este elemento identitario supremamente importante. Es por esto que el medio, a través de la exaltación y profundización en estas manifestaciones, buscará aportar a la construcción cultural de cada región y, en conjunto, del país. Consideramos que los certámenes de belleza regionales y folclóricos no valen simplemente por el desfile y el espectáculo, sino por la posibilidad de que cada una de estas mujeres se apropie de productos insignia de las regiones, lugares turísticos y todo tipo de expresiones culturales, las exalte y difunda.

6. Objetivos del medio

Objetivo general

6.1 Desarrollar un medio de comunicación en línea, de orientación nacional, que divulgue contenidos periodísticos sobre los reinados de belleza regionales en Colombia.

Objetivos específicos

6.2. Identificar y localizar los diferentes reinados de belleza regionales, culturales y folclóricos en Colombia.

6.3. Crear, recopilar, organizar y replicar información periodística sobre los certámenes, para alcanzar mayor difusión y conocimiento de ellos a nivel nacional.

6.4. Innovar y profundizar en el tratamiento periodístico de los reinados de belleza regionales y folclóricos en Colombia, diferenciándose del cubrimiento superficial o casi nulo que se les ha dado históricamente en los medios de comunicación.

6.5. Aportar a la difusión de conocimiento sobre aspectos culturales y folclóricos relevantes para municipios, departamentos y regiones en Colombia.

Objetivos	Indicadores	Metas		
		2021	2022	2023
Perspectiva cibernautas				
Captar cibernautas	Número de nuevos clientes	500	1.000	1.500
Fidelizar cibernautas	% de cibernautas fieles	70%	80%	85%
Reconocimiento de la marca	Reconocimiento espontáneo de la marca	20%	25%	30%
Perspectiva financiera				
Aumentar los ingresos	% Aumento de venta de información o patrocinio	15%	20%	25%
Perspectiva de procesos				
Innovación de productos	Secciones de cubrimiento de reinados que hayan gustado	3	4	5
Alcance de cubrimiento de concursos regionales	Número de concursos	3	6	9

7. Metodología

Alineación de los objetivos específicos, con las técnicas a aplicar y los muestreos.				
Objetivos específicos	Técnica de investigación	Universo	Muestreo	Muestra
Identificar las características similares, diferencias y patrones de otras plataformas digitales existentes sobre esta temática.	Análisis de competencia.	Cromos, elcampesino.co, Global Beauties, Missosology, My Beauty Queens.	Censo total	Pestaña de inicio y distribución de contenidos de cada plataforma.
Reafirmar la pertinencia de elementos de diseño e identidad de la página, tales como: logo, nombre de la plataforma y paleta de colores.	Encuestas digitales.	Personas jóvenes con frecuente uso de redes sociales	Muestreo no probabilístico por cuotas	Seguidores de la cuenta de Instagram de la plataforma y de las de ambas creadoras.
Examinar los puntos de oportunidades, mejoras y/o debilidades de la plataforma con expertos que tienen conocimiento en contenido web.	Entrevistas en profundidad por videollamada	Expertos en emprendimiento, creación de páginas web y prensa rosa	Muestreo no probabilístico por juicio	5 expertos, de los cuales: 2 será profesores y expertos en páginas web. 2 periodistas que tratan estos temas. 1 emprendedores o creadores de páginas o redes sobre reinados de belleza.

8. Estudio de mercado

8.1. Encuestas

El diseño de logo, paleta de colores y selección de nombre, elementos que definirían la identidad de la plataforma, pasaron por varios filtros antes de ser seleccionados. Los primeros filtros fueron internos, iniciando por un proceso creativo y, posteriormente, una selección de las opciones entre las creadoras y el director, con las que se definieron las últimas opciones que se someterían a votación, a través de encuestas virtuales.

Antes de la realización de estas encuestas, el nombre ya estaba seleccionado y era Corona Por Colombia. Un nombre que también fue sometido a encuestas junto con otras opciones y que resultó ser la ganadora. Debido a todo el contexto que está ocurriendo en el país y en el mundo desde principios del año 2020 con la pandemia del nuevo coronavirus, tanto para el director como para quienes presentan este proyecto de grado, era necesario cambiar el nombre y que de esta forma no se nos relacionara en absoluto con alguna organización o entidad referente a esto. Verificamos que ocurría este inconveniente puesto que, en las redes de la plataforma, varios ciudadanos colombianos preguntaban por información relacionada a medidas que estaba haciendo el Gobierno con la emergencia sanitaria.

Así, se vio la necesidad de iniciar un nuevo proceso de creación y selección de opciones, hacer algunos filtros para dejar dos alternativas definitivas que se someterían a votación. Dichas encuestas se realizaron a través de redes sociales, en las cuentas personales de ambas participantes del proyecto, por dos razones: en primer lugar, porque el público de estas redes es público joven con uso frecuente de plataformas digitales, lo que los hace sujetos de interés e incluso, dependiendo de otras características, parte del público objetivo; en segundo lugar, porque existe una comunidad de periodistas jóvenes en ellas, por lo que el criterio evidenciado (que también se podía expresar a través de comentarios) era de especial interés y fiabilidad.

Opciones finales de nombre:

1. Reina regional
2. Tierra de Reinas

Opción 1:

The image displays three screenshots of a social media poll interface. Each screenshot shows a poll card with a crown icon and a 'Share Results' button. Below the poll card, the results are shown with a progress bar and a 'Share Results' button. A list of voters is also visible, with their names and profile pictures.

Top Left Poll:

- 210 votes
- 7 votes for sí
- 37 votes for no
- 16 VOTES: Sí (4, 25%), No (12, 75%)
- Voters: lindakatherinvasquez, karen_baron_, valentina_duenas02, alejandrafa22

Top Middle Poll:

- 95 votes
- 2 votes for yes
- 28 votes for no
- 16 VOTES: Sí (4, 25%), No (12, 75%)
- Voters: mgabriela1297, mariaceh_, juliasmartinez

Bottom Poll:

- 2 VOTES
- 0 Yes (0%)
- 2 No (100%)
- Voters: Gabriel Mejia, Laura González

Responses:

- alejandrafa22: Me gusta pero suena básico o muy serio
- lopez_lauraal: No sé cómo expresar lo que siento, pero es que creo que me suena absurdo
- camilacarrilloo: No me dice mucho de reinados en general de Colombia, es más como si fuera un portal de...

Opción 2:

The collage consists of several overlapping screenshots from a social media platform. The central focus is on poll results and user responses for a poll titled 'TIERRA DE REINAS'. The poll results show a clear majority for the 'Sí' (Yes) option, with 16 votes (94.1%) and 1 vote (5.9%) for 'No'. Other screenshots show individual responses such as 'Me fascina y pienso que se puede ampliar a otro países en un futuro', 'Este me gusta jejejeje', and 'Me gusta más, siento que Colombia es un país rico en reinados y ese nombre rica más'. There are also screenshots showing lists of voters and viewers, including names like Alejandra Martínez, Karen Reyes, Paula Navarro, Ivan Zapata, Sergio Moyano, Sara Pineda, Gabriel Mejía, and Laura González.

Relación de resultados

Con un total de 100 votos a favor entre las diferentes plataformas, la opción Tierra de Reinas fue la ganadora y seleccionada como nombre definitivo del medio propuesto. En general, la idea gustó a los participantes de la encuesta porque relacionaba bien el contexto colombiano con la multiculturalidad y variedad de reinados de belleza folclóricos realizados a lo largo de todo el territorio. En algunas ocasiones, se le relacionó a programas de entretenimiento como

telenovelas o *reality shows*, lo que no es completamente lejano de los reinados de belleza y por lo que esta interpretación no disgusta. El nombre es adaptable a distintos contextos y contenidos, es de fácil recordación y recoge el objetivo principal que busca la plataforma.

Tras la elección y votación del nombre, se pasó al proceso de creación de logo, que fue completamente interno y cuyas opciones se transformaron hasta llegar a la definitiva (imagen 3).



Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3

El logotipo elegido recoge elementos escogidos cuidadosamente para la representación de los reinados folclóricos regionales en Colombia, esto es; elementos de la naturaleza representados en ramas, los colores de la bandera del país y una corona. Además, la tipografía es moderna, juvenil, visualmente estética y fácil de leer. Posteriormente, a través de la siguiente técnica, se probaría si estos elementos definidos serían adecuados.

8.2 Entrevistas

Durante la realización del portal Tierra de Reinas, consideramos importante elaborar una primera versión de la plataforma web la cual se expuso y compartió con expertos en contenido digital, cubrimiento de reinados, moda y profesores del programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. Esto, con el fin de que dieran sus opiniones y percepciones sobre la página y sus elementos, lo que funcionaba, los aspectos a mejorar y recomendaciones en general.

Concretamente los entrevistados fueron: dos profesores del programa de Periodismo, Eduar Barbosa y Fátima Martínez; el creador de contenido y cubrimiento de reinados nacionales e internacionales con su página Missosologyco, Daniel Montañez, quien también estudió Comunicación Social; Diego Acero, periodista que ha tenido experiencia en cubrimiento sobre farándula en RCN Televisión y quien actualmente utiliza sus redes para hacer cubrimiento de reinados; y por último, Natalia Echeverry, Comunicadora Social y quien tiene experiencia en periodismo de moda, puntualmente, trabajando para el portal web de Pilar Castaño.

La metodología de este proceso fue que a cada uno de los entrevistados se les entregó el link de la página Tierra de Reinas días previos a la fecha de la entrevista, esto con el propósito de que tuvieran tiempo de revisar a detalle el portal. El siguiente paso, y tal como se muestra en los formatos anexos, fue una entrevista a profundidad por videollamada con cada uno de los expertos. Este cuestionario está dividido en cuatro ejes principales: navegación por el medio,

diseño general, elementos que sobran o faltan y concepto general (**Anexo 3. Guiones y transcripciones de Entrevistas a profundidad - expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines**).

Todas las preguntas tenían el objetivo de dejar en evidencia puntos que se podían tener en cuenta para tener un mejor uso de la página. Así mismo, la realización de estas entrevistas permitió tener una noción de personas externas y ajenas a las creadoras de este proyecto, para así darse cuenta de aspectos que quizá no se estaban considerando.

Cabe destacar que, después de la revisión de estas entrevistas, se realizó una segunda y final versión de la plataforma web, revisada y ajustada con algunas de las recomendaciones expuestas por los expertos, tras haber verificado que fueran oportunas y funcionaban para el portal web. De igual forma, otras se dejaron en consideración como mejoras a largo plazo.

Relación de resultados

Los entrevistados, dados sus conocimientos y su experiencia de navegación por la página, hicieron recomendaciones específicas sobre el funcionamiento o disposición de elementos puntuales. Estas se enuncian a continuación:

En primer lugar, para que la navegación de la página se diera más eficiente, era necesario mejorar la forma en que el usuario accedía a las noticias que se encuentran en cada sección y en el inicio. Por ejemplo, que tanto la imagen como titular dieran un acceso hipervinculado al contenido completo.

Segundo, si bien el logo de la página tiene una referencia sobre Colombia, algunos expertos sugirieron hacer cambios en el menú para poder ser más específicos, puesto que no todos los usuarios puede que sean originarios del mismo país, generando confusión y reflejando que no es algo intuitivo. Es por ello que se decidió añadir el *slogan* “La cultura y el folclore de Colombia” al lado del logo oficial, para hacer hincapié en el país.

Tercero, también se evidenció que había una confusión con el primer contenido que aparece en la página sobre el Reinado de la Hortaliza, ya que parecía el título de toda la página de inicio, algo que debía cambiarse para diferenciar el producto periodístico del Reinado de la Hortaliza como algo individual, al igual que todos los demás que están en la página de inicio.

En cuarto lugar, la página cuenta con un mapa que tiene como objetivo localizar los distintos reinados regionales en el país. Para casi todos los entrevistados, este elemento le daba a la plataforma un valor diferenciador frente a otros espacios; sin embargo, sugirieron cambios que se tuvieron a consideración y otros que se dejaron a largo plazo.

Quinto, en referencia al cuadro de ‘Contáctenos’, cada entrevistado tuvo una sugerencia a considerar y de la cual se adaptó a la que más se ajustaba y lo que se quería para la página a

largo plazo. Esto fue, dejar este espacio para que quienes conozcan u organicen algún reinado, puedan enviar información que ayude a complementar la recogida por la plataforma.

Por último, sobre elementos individuales, la página de inicio contaba con una pequeña visión de la cuenta de Instagram del portal web. Esta previsualización tuvo que ser retirada ya que, para los expertos, este recuadro no era muy claro ni visualmente agradable y distraía la atención de los contenidos más relevantes.

Con respecto al diseño en general, para todos los entrevistados, los colores, la letra y el logo sí reflejaban una identidad en relación al concepto de los reinados regionales. Aun así, realizaron algunas recomendaciones con relación a tamaños de letra y distribución, algunos de estos fueron tenidos en cuenta y se modificaron.

Finalmente, los últimos puntos a tener en cuenta fueron tanto el concepto general del portal y características que creyeran que harían falta. Respecto al concepto, en general fue claro pues consideraban que era coherente con todo lo que habían visto anteriormente. De lo que podría faltar, resaltaron que a futuro se hicieran más videos y hacer un espacio en la página de inicio para visualizarlos. Este último punto agregó con el contenido del Reinado de la Hortaliza, tal como se evidencia en la versión final.

9. Estrategia de redes sociales

9.1. Objetivos

Las redes sociales del portal web Tierra de Reinas se componen de Instagram, Facebook, Twitter y YouTube. Nuestro primer y principal objetivo de la creación de redes sociales para la plataforma es presentar y difundir nuestro trabajo periodístico sobre los reinados regionales, folclóricos y culturales de nuestro país.

En segundo lugar, parte de la estrategia de redes también implica que, al mostrar nuestro productos periodísticos, podamos atraer más público interesado en la página y así mismo, conseguir más lectores permanentes y fieles para el medio de comunicación. Lo anterior, a través de mostrar pequeños adelantos en nuestras redes sociales de los productos periodísticos de Tierra de Reinas.

Finalmente, el tercer objetivo es que no solamente las personas interesadas en los reinados se unan a nuestra comunidad, sino que también se unan personas que no conocen acerca de los reinados, pero que pueden empezar a mostrar interés en estos eventos que también involucran la exaltación de productos y actividades culturales de nuestro país.

Creemos que las redes sociales son una plataforma clave para conseguir el alcance que buscamos, ya que facilita llegar a las personas que, en su mayoría, gastan buena parte de su tiempo en cualquiera de estas redes.

9.2. Definición de tipo de contenido

De acuerdo a los segmentos de público objetivo ya identificados, la estrategia de redes sociales para Tierra de Reinas tiene que reunir varios elementos que sean aplicables y comunes a todos ellos, pero que además consigan llamar la atención de otros usuarios de cada red social para generar en ellos recordación y enganche, y así alcanzar los objetivos propuestos. Entre ellos, consideramos esencial el uso prioritario de elementos gráficos, el uso de recursos multimedia, textos amenos y de fácil lectura, elementos interactivos y, en general, publicaciones que atiendan a los colores e identidad que se le dio a la plataforma web.

Elementos gráficos: Las publicaciones de redes sociales contarán con al menos una imagen llamativa y de buena construcción fotográfica en todas las redes sociales, exceptuando Twitter. Redes sociales como Instagram, Facebook y Youtube son mayoritariamente visuales y captar la atención de los usuarios con fotografías coloridas y visualmente agradables es mucho más sencillo.

También, será un elemento esencial agregar elementos identitarios de la web a las publicaciones en redes. Es decir, el logo aparecerá discretamente en cada una de ellas para generar identidad y los colores corresponderán a la paleta elegida para la construcción del portal

web. Finalmente, específicamente para Instagram donde los elementos visuales son primordiales, las imágenes de cada publicación estarán rodeadas de un marco diseñado para generar un *feed* armónico y visualmente agradable, además de creativo y colorido.

Elementos multimedia: Como Tierra de Reinas es un portal web con enfoque audiovisual, para dar cuenta de la variedad y calidad de los productos periodísticos que se pueden generar a través de los reinados de belleza, consideramos de suma importancia destacar la multimedialidad del proyecto a través de nuestras redes sociales. Por ello, buena parte de los contenidos incluirán también un formato corto y contundente de los productos periodísticos de audio y video. Se seleccionará una parte llamativa del producto y, acompañado de un texto sencillo, se publicará en redes sociales para dar una “probada” a los usuarios e invitarlos a conocer el producto completo en la página web.

Construcción de textos: Justamente por el elemento descrito anteriormente de que las redes sociales son en su mayoría visuales, consideramos que los usuarios digitales con dificultad se detienen a leer textos largos y tediosos. Incluso en Twitter que, aunque se encuentren publicaciones con solo texto, se limita la cantidad de caracteres.

Por esta razón, los textos que acompañen los elementos gráficos o audiovisuales en las publicaciones de redes sociales, estarán escritos en lenguaje claro y sencillo, con párrafos de pocas líneas y usando *emojis*, estos últimos ayudan a hacer énfasis en alguna temática o palabra descrita en el texto y también le ayudan al lector a tener un descanso visual de la letra y que el texto continúe siendo llamativo a su vista.

Elementos interactivos: Por último, creemos que los elementos interactivos son indispensables para generar conexión con el público y atender a sus demandas e inquietudes. Es por esto que la estrategia de redes sociales se complementará con encuestas, rondas de preguntas y recepción de aportes de los seguidores. Los canales con mayor efectividad para realizar dinámicas son las historias de Instagram y Facebook, además del perfil de Twitter, donde la inmediatez de lo publicado y las facilidades y herramientas para interactuar nos permitirán tener una conexión más cercana con los seguidores.

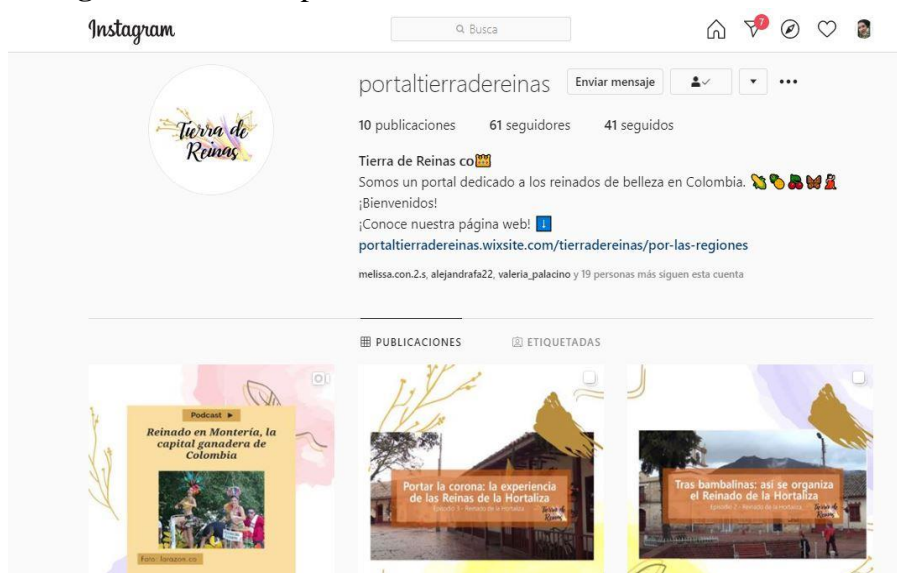
9.3. Descripción de canales

- **Twitter:** usuario @TierradeReinas



El objetivo principal de esta plataforma es que sea de uso interactivo. Más allá de mostrar los adelantos de nuestros productos periodísticos, queremos usar herramientas como las encuestas o preguntas que nos puedan ayudar a llamar la atención de las personas. Esto, teniendo como premisa que muchas personas en el país no conocen muchos de estos reinados, incluso ignoran que haya concursos con determinados nombres. Al mismo tiempo, tendremos que usar la creatividad y aprovechar del poco espacio que Twitter nos brinda para escribir textos y publicar imágenes que sean llamativas y generen curiosidad.

- **Instagram:** usuario @portaltierradereinas



En Instagram planeamos aprovechar lo visual y los textos que se pueden usar en esta red social. En los últimos años, esta ha sido una de las plataformas más usadas para publicar y promocionar emprendimientos. Aún así, entendemos que puede ser más difícil el alcance o la promoción en esta red social, puesto que justamente nos tenemos que diferenciar entre las miles de cuentas. Sin embargo, creemos que una de las mejores

maneras de hacerlo es mostrar adelantos de los productos periodísticos de Tierra de Reinas y generar tal curiosidad que pueda motivar a las personas a visitar nuestra página y leer, ver u oír nuestro contenido.

- **Facebook:** *Fan page* Tierra de Reinas



En Facebook se dará un manejo de contenidos similar a Instagram, donde los elementos visuales serán esenciales para llamar la atención de los usuarios y se buscará también publicar partes pequeñas de los productos de la página web. Aunque el tipo de contenido sea similar, creemos que hay distintos grupos poblacionales en Instagram y Facebook a los que debemos llegar y por eso la estrategia de redes aquí manejada puede ser muy importante. Por último, esta red social cuenta con herramientas publicitarias muy específicas, dirigidas y útiles que nos pueden ayudar a ampliar el alcance del proyecto.

- **YouTube:** canal Tierra de Reinas



YouTube será la plataforma en la que publicaremos nuestro contenido que esté relacionado con lo audiovisual. Esto nos servirá para fines prácticos, en cuanto subir los videos a nuestro portal web Tierra de Reinas y para difundir con mayor facilidad los enlaces de los productos, considerando que es una de las plataformas con mayor acceso de usuarios a nivel mundial. Adicionalmente, Youtube permitirá que podamos saber el alcance que tienen nuestros videos, lo que es útil para descifrar, por ejemplo, si funciona más publicar videos cortos en momentos coyunturales o hacer productos con mayor trabajo sobre temas importantes pero atemporales.

9.4. Calendario y parrilla de publicaciones

En el primer semestre de este año se comenzó la difusión y presentación de las creadoras de Tierra de Reinas y algunos adelantos de los productos periodísticos que ya se publicaron en el portal web. La parrilla anexada registra las publicaciones pasadas que se han realizado por intuición y conocimiento previo del manejo de redes sociales, con metodología experimental hasta encontrar la estrategia adecuada. A largo plazo, la parrilla se modificará de acuerdo a la recolección de información proveniente de las estadísticas y con estrategias mucho más estructuradas y fundamentadas.

Día	Hora	Red social	Tema	Contenido
6 de mayo 2020	6 PM	IH	Expectativa	Próximamente...
8 de mayo 2020	6PM	IH	Expectativa	La revelación se acerca
10 de mayo 2020		IH	Expectativa	Prepárate para conocer los reinados regionales en Colombia
12 de mayo 2020	6PM	IH	Expectativa	Muy pronto revelaremos nuestro nombre y logo
17 de mayo 2020	6 PM	IG - FB	Logo oficial de Tierra de Reinas	<p>¡Bienvenidos! Esta es la revelación oficial de nuestro nombre y logo: somos Tierra de Reinas.</p> <p>¿Se han preguntado alguna vez cuántos reinados de belleza se realizan cada año en toda Colombia? Hace varios meses nos hicimos la misma pregunta y decidimos iniciar este proyecto para averiguarlo. Entonces, resultó que nos interesamos no solamente por cuántos son, sino por saber de dónde provienen, qué representan, por qué son tan importantes para quienes los organizan y para quienes participan.</p> <p>Hoy, sin mucha certeza del número, les</p>

				<p>decimos que son más de 1000 certámenes en todo el país, con una variedad inexplorada de frutas, verduras, bailes y expresiones culturales que representan buena parte de lo que somos.</p> <p>Les prometemos que tras los reinados de belleza hay una diversidad cultural que merece ser exaltada... ¡Y eso es lo que haremos! Queremos invitarlos a que hagan parte de esta Tierra de Reinas.</p>
20 de agosto 2020	6PM	IG	¿Quiénes somos?	¡Pronto les presentaremos a los rostros detrás de Tierra de Reinas! Estén atentxs #TierraDeReinas
21 de agosto 2020	6PM	IG	Perfil de Paola Perilla	<p>Soy Paola Perilla y mi corona tiene letras que escriben distintas realidades, ojos que aman ver el detrás de los acontecimientos y brillo que inspira las palabras y la imaginación.</p> <p>No, no quiero ser reina o tener un título que me considere la mujer más bella. El título al que aspiro es ser una periodista que le encanta escudriñar en las historias de esas coronas, de lo que pasa antes, durante y después de los certámenes y que cree que hay un mundo que no conocemos del todo en nuestras regiones. #TierraDeReinas</p>
22 de agosto 2020	6PM	IG	Perfil de Jessica Zapata	<p>¡Llegó la hora de presentarnos!</p> <p>·</p> <p>¡Hola! Soy Jessica y, si soy honesta, no recuerdo el momento exacto en el que descubrí que me gustaban los reinados de belleza. Solo recuerdo que, de repente, podía hacer recuento de las Miss Universo de los últimos 10 años y les explicaba a mis amigas por qué creía que unas eran más merecedoras de su título que otras. Nadie entendía cómo tanto glamour y entretenimiento empezó a llamar mi atención; ni yo misma, porque había sido hasta ese momento (y no he dejado de ser) la niña que ve casi cualquier partido de fútbol y que, con la ropa más despreocupada posible, andaba por los pasillos de la universidad vendiendo maíz pira. ☐☐♀</p> <p>·</p> <p>Al final, creo que es por esto que un día</p>

				<p>pensé que alguien debía prestarle atención a los reinados de belleza regionales en Colombia: porque sí, son esta puesta maravillosa del vestido y el espectáculo; pero en nuestro país, los reinados también son cultura, folclore, diversidad, turismo, promoción, oportunidades y un mundo maravilloso por descubrir que, me atrevo a decir, las personas ni se imaginan que está allí (así como cuando me ven, no se imaginan que me gustan los reinados).</p> <p>·</p> <p>¡Lxs invito a explorar este universo con nosotras! Gracias por estar aquí y bienvenidxs a</p>
06 de septiembre 2020	6PM	IG	Presentación página	<p>¡Los invitamos a conocer el portal web de Tierra de Reinas! <input type="checkbox"/><input type="checkbox"/></p> <p>·</p> <p>En este espacio encontrarán entrevistas, videos, podcasts y mucha más información sobre los reinados regionales en Colombia. Un proyecto que estamos comenzando pero que esperamos que les guste tanto o más que a nosotras <input type="checkbox"/>.</p> <p>·</p> <p>¡Vayan a explorar y descubrir lo que tenemos para ustedes! El link del portal lo encuentran en nuestra biografía. <input type="checkbox"/></p>
14 de septiembre 2020		IG	Presentación de las redes sociales	<p>¿Ya conoces nuestras otras redes sociales? Te invitamos a que lo hagas y así no te pierdes de ninguno de nuestros contenidos. <input type="checkbox"/></p> <p>·</p> <p>Muy pronto compartiremos todo lo que tenemos preparado <input type="checkbox"/>✓.</p>
Octubre 03		IG	Hortaliza 1	<p>Comprometidas con que conozcan más sobre la riqueza cultural de nuestro país a través de los reinados regionales, les presentamos el primer episodio de este reportaje sobre el Reinado de la Hortaliza.</p> <p>Cota, Cundinamarca, el municipio conocido como “la Esmeralda de la Sabana”, celebra cada año las Ferias y Fiestas de la Hortaliza, donde se homenajean los productos que son el motor económico de la región.</p> <p>Para verlo, ¡vayan al link de la biografía!</p>

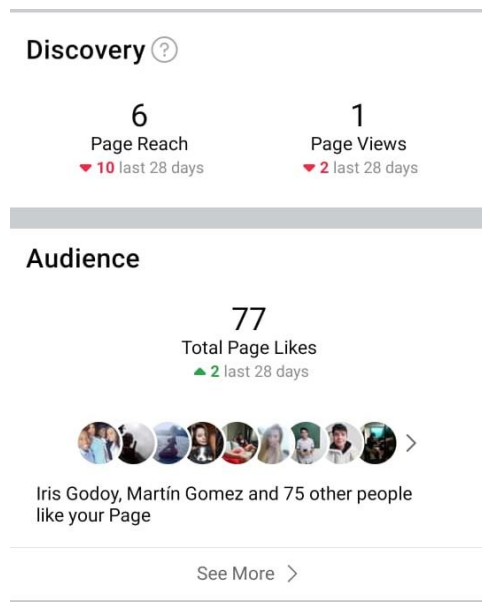
Octubre 04		IG	Hortaliza 2	<p>Durante las Ferias y Fiestas de la Hortaliza en Cota, Cundinamarca, el evento central es un reinado con el mismo nombre, en el que las candidatas buscan promover cada uno de los productos de la región.</p> <p>¿Quieren conocer cómo se organiza el Reinado de la Hortaliza? ¡Los invitamos a ver el segundo episodio de este reportaje! Link en la biografía.</p>
Octubre 05		IG	Hortaliza 3	<p>Luego de varios meses de preparación, solo una de las candidatas logra hacerse al título de Reina de la Hortaliza. Esta joven cotense tiene la oportunidad de participar en eventos y acceder a premios ofrecidos por la Organización del Reinado.</p> <p>En el último episodio de este reportaje, conocerán de primera mano las experiencias de las Reinas de la Hortaliza, una vez consiguen la anhelada corona. ¡Los invitamos a verlo en el link que está en la biografía!</p>
13 de octubre	7PM	IG	Podcast parte I	<p>Sube el volumen para que puedas escuchar</p> <p>Sigue recorriendo junto con nosotros las coronas que hay en nuestro país. ¿Sabías que en Colombia hay ganadería en todas las regiones, climas y que hay diversas especialidades? Justamente Montería es catalogada como la capital ganadera de Colombia y es por esto que hace 60 años se convirtió en el centro de reunión para celebrar el Reinado Internacional de la Ganadería.</p> <p>Escucha el podcast completo en nuestra página que podrás encontrar en la biografía.</p>
14 de octubre 2020	6PM	IG	Podcast	Por definir.

9.5. Estadísticas

Durante el tiempo que se ha difundido contenido a través de las redes sociales de Tierra de Reinas, las distintas plataformas han arrojado estadísticas de la cantidad de seguidores, las interacciones que tenemos con ellos y viceversa, de ellos con nuestro contenido.

Las estadísticas que se anexan a continuación servirán de guía para enfocar las estrategias de redes sociales en el futuro, ya que a través de ellas podemos saber qué tipo de contenido tiene mayor acogida entre los usuarios y si las publicaciones aportan efectivamente a aumentar el flujo de visitas en la página web.

Estadísticas de Fan Page de Facebook



En el caso de Facebook, el tiempo que se ha dejado de publicar en la página ha tenido incidencia en el alcance y la interacción por parte de los usuarios. La estadística nos permite evidenciar que el público de Facebook requiere llamar su atención constantemente, por lo que la estrategia a futuro debería contemplar varias publicaciones a la semana y contenido interactivo en las historias.

Estadísticas de Instagram

← **INSIGHTS**
Last 7 Days

📊

Welcome to Your Insights

Take a deeper look at how your account and content are performing on Instagram in the last 7 days.

Overview

2
Accounts Reached +100% >

1
Content Interaction - >

61
Total Followers +1.6% >

11
Profile Visits

86
Reach

Post Insights

19 0 2 0

Post Insights

13 7 1 1

10 **147**
Profile Visits Reach

Post Insights

29 3 2 0

31 **82**
Profile Visits Reach

La cuenta de Instagram ha mantenido el flujo de personas debido a que tiene publicaciones constantes e interacciones en las historias. Las estadísticas por publicación reflejan que el contenido con mayor alcance tiene que ver con los perfiles personales de las creadoras de la página, incluso más que la difusión de los contenidos de la página web. En esta ocasión, las estadísticas sirven para que, a futuro, se planeen estrategias para lograr el mismo alcance con la difusión de los productos periodísticos.

Estadísticas Canal de Youtube

Videos del canal		Subidas	En directo				
Filtrar		Visibilidad	Restricciones	Fecha ↓	Visualiza...	Comentarios	Me gusta (vs. ...)
<input type="checkbox"/>	Video						
<input type="checkbox"/>	Portar la corona: la experiencia de las ... <small>Añadir descripción</small>	Público	Ninguna	14 may 2020 Publicado	6	0	
<input type="checkbox"/>	Tras bambalinas: así se organiza el Re... <small>Añadir descripción</small>	Público	Ninguna	14 may 2020 Publicado	8	0	
<input type="checkbox"/>	Cota: La Esmeralda de la Sábana - Epi... <small>Añadir descripción</small>	Público	Ninguna	14 may 2020 Publicado	15	0	

Las estadísticas reflejan el corto alcance que han tenido los videos. A través de ellas, se puede replantear estratégicamente la forma en la que se presentan los videos. Por ejemplo, podríamos pensar en portadas más llamativas y creativas, generar adelantos cortos con las partes más interesantes de los videos, entre otras estrategias para aumentar sus visualizaciones e interacciones.

10. Presupuesto tentativo

El siguiente presupuesto es un estimado de los gastos e ingresos que se planean que hagan parte del desarrollo del proyecto. Sin embargo, vale la pena hacer la salvedad de que el presupuesto abajo contemplado se empezará a tener en cuenta a partir de que el medio de comunicación sea un proyecto iniciado oficialmente, es decir, cuando cuente con dominio público y que sea accesible a búsquedas generales por internet. En este momento y para disposición del trabajo de grado, el presupuesto es tentativo y la página web es apenas un piloto de lo que sería el medio de comunicación.

El presupuesto contempla los recursos humanos y tecnológicos que son necesarios para desarrollar el proyecto, así como su valor monetario y posibles formas de financiación.

Presupuesto estimado de la idea de negocio						
	Año 1 (en pesos colombianos)	% sobre ventas	Año 2 (en pesos colombianos)	% sobre ventas	Año 3 (en pesos colombianos)	% sobre ventas
Capital propio	\$400.000	0.6%	\$200.000	0.33%	\$0	0%
Venta de suscripciones	\$600.000	0.9%	\$900.000	1.49%	\$1.500.000	2.7%
Publicidad directa e indirecta	\$2.000.000	3%	\$3.500.000	5.78%	\$4.500.000	8.1%
Servicios asociados: consultorías	\$3.600.000	5.4%	\$6.000.000	9.9%	\$9.600.000	17.27%
Apoyo de fondos de emprendimiento	\$60.000.000	90%	\$50.000.000	82.5%	\$40.000.000	71.94%
TOTAL INGRESOS	\$66.600.000	100%	\$60.600.000	100%	\$55.600.000	100%
Dominio de página web	\$100.000	0.15%	\$140.000	0.23%	\$300.000	0.54%
Diseño de página web (o ajustes)	\$5.000.000	7.5%	\$400.000	0.66%	\$200.000	0.36%
Equipo para cubrimiento	\$5.000.000	7.5%	\$1.000.000	1.65%	\$0	0%

periodístico						
Programas de edición	\$2.300.000	3.45%	\$2.300.000	3.79%	\$2.300.000	4.14%
Salarios	\$28.800.000	43.24%	\$30.528.000	50.38 %	\$32.359.680	58.2%
TOTAL COSTOS / INVERSIONES	\$41.200.000	61,86%	\$34.368.000	56.71 %	\$35.159.680	63.24 %
Transporte a regiones	\$360.000	0.54%	\$400.000	0.66%	\$460.000	0.83%
Costo de ingreso a eventos	\$180.000	0.27%	\$120.000	0.2%	\$0	0%
Viáticos	\$1'350.000	2.03%	\$1.500.000	2.48%	\$1.750.000	3.15%
Diseño de logotipo (o ajustes)	\$600.000	0.9%	\$100.000	0.17%	\$0	0%
TOTAL GASTOS	\$2.490.000	3,73%	\$2.120.000	3.5%	\$2.210.000	3.97%
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	22.910.000	34.41%	24.112,000	39.79 %	18.230.320	32.79 %

11. Conclusiones

Con la realización de este trabajo de grado de modalidad: creación de un medio de comunicación ‘Tierra de Reinas’ se ha buscado llenar vacíos periodísticos e informativos sobre esta temática en el país. Además, respetando en estos eventos culturales y folclóricos la relevancia que tienen para las regiones donde se realizan y para la construcción cultural y el desarrollo de diferentes industrias en el país.

En primer lugar, tras este proceso, se evidenció que los reinados de belleza regionales suelen tener alta difusión e importancia en la región donde se desarrolla, pero no llega más allá. Ejemplo de ello, el Reinado de la Hortaliza, un certamen que es conocido por los habitantes de Cota pero que no sucede lo mismo por personas externas al municipio. Adicionalmente, identifican que las hortalizas son un producto insignia de su municipio y que son conocidos por ello. Es por esto, que este proyecto de creación de medio es una plataforma ideal para exaltar y dar a conocer los reinados regionales y los productos o manifestaciones culturales que estos representan.

Luego, en relación al tipo de periodismo y el tratamiento que en general se ha dado a estos certámenes, Tierra de Reinas es una plataforma web que se distancia notablemente del contenido superficial y, además, no se limita a los reportajes escritos, sino que se diversifica el contenido con galerías fotográficas, videos y podcast. Adicionalmente, se trata de contenidos que reflejan un poco más los rostros y experiencias personales de quienes están detrás del evento, o que consideran elementos históricos que desembocaron en la realización de los reinados. Con esto, cumpliendo el objetivo de reflejar la profundidad y trascendencia que hay tras ellos.

También, ya que en la actualidad hay altas cantidades de contenidos difundidos a través de la web, se entiende que las plataformas nacientes deben estar dirigidas a nichos de público específico. Por esta razón, esta página web tiene la particularidad de que es exclusivamente especializada en los reinados de belleza regionales, culturales y folclóricos, un diferenciador de otros portales donde los reinados es uno de los tantos temas que deben abordar. Esto, a su vez, permite abordar los productos periodísticos con mayor profundidad.

Finalmente, se considera que Tierra de Reinas es una propuesta de un medio de comunicación que puede ser ampliamente difundido y sostenible a futuro por varias razones. En primer lugar, porque cubre un vacío de conocimiento que existe en Colombia, sobre un elemento que, además, es representativo e inherente a su cultura. Segundo, porque tiene oportunidad de abarcar públicos amplios y diversos, desde personas en grandes ciudades hasta personas en las regiones, con interés en los reinados y cuya necesidad de información no había sido satisfecha. Por último, porque dada la relación de los reinados de belleza con industrias como la moda, estilismo, maquillaje, redes sociales, entre otras, se cree que hay oportunidad de generar financiación, publicidad, suscripciones y demás elementos que le proporcionen sostenimiento económico y permanencia en el mercado.

12. Bibliografía

- Bermúdez Tarifa, K. V., & Sosa Ardilla, J. D. (2018). *Repositorio de la Universidad Sergio Arvoleda*. Obtenido de http://backdoortechnology.net/bitstream/ucc/6861/1/2018_percepciones_periodismo_canales.pdf
- Bradford, J. (2015) *Fashion Journalism*. Nueva York: Routledge
- Carvajal, Nani (2010). "La mujer en el espejo mediático". En Mancinas, Rosalba & Nogales, Antonia Isabel (Coords.). *La mujer en el espejo mediático: El mediotrato femenino* <pp. 2-7>. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Craig, Maxine (2000). «The most beautiful girl in the world: beauty pageants and national identity by Sara Banet- Weiser.» *American Journal of Sociology* 105, 6, 1805-1806.
- De La Torre, Michelle (2013). Bellas por naturaleza: mapping national identity on US Colombian beauty queens. *Latino Studies* 11, 3, 293-312.
- El Universal (11 de diciembre 2019). *Reinado Nacional de Belleza no logró cautivar a la audiencia*. Recuperado de: <https://www.publimetro.co/co/entretenimiento/2019/11/12/rating-del-reinado-nacional-de-la-belleza.html>
- Semana (30 de enero de 2015). *Los 3.794 reinados que hay en Colombia*. Recuperado de: <https://www.semana.com/confidenciales-semanacom/articulo/los-3794-reinados-que-hay-en-colombia/416273-3>
- González, Lorena (2010). “Roland Barthes se mete con la moda”. En Divasto, Diana (Coord.). *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación* <pp. 156 - 159>. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.
- Lipovetsky, G. (2006) *De la Ligereza*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1990) *El imperio del efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Martínez Barreiro, A. (2006). La difusión de la moda en la era de la globalización. *Papers: revista de sociologia*, (81), 187-204.
- Procolombia. (s.f.) Inversión en el sector Sistema Moda. www.inviertaencolombia.com.co. Recuperado de: <https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confleccion.html>
- Reyes Neira, L. y Gedeón Acosta, N. (2016) *El Concurso Nacional de Belleza contado por Cromos (1934-2015)* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

- Salamanca, J. y González, F. (septiembre de 2016). Belleza Colombiana. *Revista Credencial [en línea]*. Recuperado de : <http://www.revistacredencial.com/credencial/historia/temas/belleza-colombiana>

- Sánchez T., Fabio; Núñez M., Jairo. (2000). La geografía y el desarrollo económico en Colombia: una aproximación municipal. *Desarrollo y Sociedad*, 46, 43-108.

13. Otras referencias

- Bolívar Ramírez, I. J. (2007). Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas. *Íconos-Revista de Ciencias Sociales*, (28), 71-80.

- Callejo Gallego, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación. *Revista española de salud pública*, 76, 409-422.

- Colombianfashion.com (s.f.) Alfredo Barraza. *www.colombianfashion.com*. Recuperado de: <http://www.colombianfashion.com/newfashion/index.php/models/86-deserunt-mollit-anim-id-est-laborum>

- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- García Cadena, H. (2016) Reflexiones de investigación en educación artística y cultural desde el Festival Folclórico de San Pedro en el Caquetá. Florencia: Universidad de la Amazonía.

- Hueso González, A. y Sempere, J. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación*. Valencia: Universitat Politècnica de València.

- King-O'Riain, R. C. (2008). Making the perfect queen: The cultural production of identities in beauty pageants. *Sociology Compass*, 2(1), 74-83.

- Llacxaguanga Ramírez, Y. A. (2016). *Arte y estereotipos de belleza física: la figura humana como dispositivo de deseo para inducirnos en el consumismo*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

- Lipovetsky, G. (1983). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Editorial Anagrama.

- López Noguero, F. (2002) El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación Universidad de Huelva*, 4: 167-179.

- Millán Valencia, A. (26 de enero de 2015). *Colombia: el país de la nueva Miss Universo y los miles de reinados*. BBC [en línea]. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150126_sociedad_reinados_colombia_amv

- Mella Valenzuela, O. (2000). Grupos focales (focus groups): Técnica de investigación cualitativa. Santiago: CIDE.

- Padilla Sánchez, N. A. (2017). Cuerpos dóciles y biopolítica en el reinado nacional del folclor: 1990-2000.
- Peñafiel Sáiz, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *adComunica*, (12), 163-182.
- Quezada, K. (2014). Mujeres en miniatura: Sexualización de las niñas en publicidad y concursos infantiles de belleza. *Derecho y Cambio Social*, 11(38), 11.
- Shields, R. (1992) (comp.). *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*. Londres: Routledge.

14. Anexos

Anexo 1. Tabla de análisis de la oferta y jerarquización de los competidores

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1B4JFPIxqyszMcqxHhj-sBxJItdr63OX3J02btRZU-jl/edit?usp=sharing>

Anexo 2. Estado del Arte y Marco Teórico - construcción y soporte conceptual del medio

Estado del Arte

Para el tema específico que se ha delimitado, es fundamental dar una mirada a los trabajos de investigación sobre reinados de belleza. En lo que concierne a los certámenes regionales, lo último que se encontró fue el libro que da algunas reflexiones sobre el festival folclórico de San Pedro en Caquetá (Cadena, 2016). Esta obra que habla sobre la visión que tienen algunos de los habitantes de la zona acerca del reinado dentro de esta festividad. Entre los puntos de vista encontrados, está que los pobladores piensan que las representantes se convierten en abanderadas de un colectivo de personas, mientras que otros están en desacuerdo en que se siga permitiendo la realización de los mismos, pues perpetúan prototipos.

En el corte histórico hay otra investigación de grado (Padilla, 2017) acerca del Reinado Nacional del Folclor desde el año 1990 hasta el 2000. El planteamiento de este trabajo es que el ideal de belleza se maneja como una estrategia de biopolítica. Pues adicional a que estas concepciones son promovidas por sus organizadores y promotores, la misma sociedad las adopta y las exige dentro de su vida diaria.

Estas obras están dentro de las pocas que hay que han abordado los reinados de belleza regionales en Colombia. Y son unos trabajos que cobran especial relevancia, porque dan una perspectiva más cercana a este tipo de certámenes, desde la población inmediatamente relacionada con su celebración. Al hallar allí de perspectivas distintas, dan algunas luces de lo que, en materia de contenidos, podría gustar o disgustar a la audiencia y cuál debería ser el tratamiento periodístico sobre estos certámenes que tenga acogida en los diferentes segmentos poblacionales.

Desde el punto de vista sociológico, también se ha escrito sobre los reinados de belleza, pero, específicamente, sobre el Reinado Nacional y cómo este se ha contando a lo largo de los años en la revista Cromos. En el área del periodismo la más reciente investigación fue de hace dos años y era un trabajo de grado cuestionando la profundidad del cubrimiento periodístico tanto del concurso, como de las historias de las mismas concursantes (Reyes & Gedeón, 2016).

Estos trabajos, un poco más centrados sobre la labor periodística, son muestras del cubrimiento que se ha realizado de los certámenes. Los autores reafirman lo que se explicó en las páginas anteriores, esto es, la ligereza con la que se han tratado los contenidos sobre reinados de belleza en el país y cómo esto ha influido directamente en la opinión pública más generalizada que existe sobre ellos.

Haciendo una revisión general de documentos especializados, se evidencia que predomina lo que se ha escrito sobre este tema en Estados Unidos y, sobre todo, en lo relacionado a los concursos infantiles. La psicología y las ciencias sociales han analizado los concursos infantiles y tienen percepciones críticas. Además, se centran a grandes rasgos en profundizar sobre los efectos en la sexualización de las niñas que participan, así como los ideales de belleza que se imponen. Aunque en Colombia también hay literatura acerca de esto, ejemplo es el caso de la investigación de derecho sobre las razones para tomar medidas acerca de la publicidad y los concursos de belleza infantiles (Quezada, 2014).

A pesar de que este último tema no está relacionado estrictamente con los reinados de belleza regionales, sí tiene algunos conceptos, análisis y percepciones que han sido aplicados a todos los tipos de certámenes de belleza, tales como lo que Quezada (2014) denomina la *sexualización* de las mujeres. Para los reinados regionales, vale la pena destacar, por ejemplo, que suelen participar mujeres muy jóvenes, por lo que, de algún modo, este texto podría relacionarse más cercano a la presente investigación.

No obstante, debe destacarse que el objetivo de este apartado de literatura es evidenciar algunas de las posturas académicas que existen frente a los reinados de belleza y que divulgan percepciones que suelen impactar en la opinión del público en general. De algún modo, estos textos funcionan como sustento teórico para delimitar los estilos a tratar en el medio de comunicación, algunos temas, formas de contenido y partir de un panorama general ya construido alrededor de los reinados de belleza en el país.

Marco teórico

Capítulo 1. La moda y su relación con los reinados de belleza

1.1. La moda como fenómeno social

La Moda no solo es una de las industrias más importantes del mundo, sino que también ha pasado a influir aspectos de la vida cotidiana en todos los lugares a los que ha llegado. La Moda se ha convertido en un fenómeno de alcance global, debido a las dinámicas provenientes de la globalización (Martínez, 2006). Los medios de comunicación actuales y las nuevas tecnologías, según esta autora, permiten que las imágenes viajen extraordinariamente rápido. La publicidad y el comercio internacional han llevado a la Moda no solo a romper fronteras por todo el mundo, sino a adentrarse y asentarse en los campos más cotidianos de las personas.

Es por esta razón que el darle a la Moda un sentido social y personal mucho mayor es una tendencia cada vez más establecida. Las personas reciben cantidades de tendencias, estilos y variedades, y empiezan a inclinarse por aquello con lo que se sienten identificados. Joanne Entwistle (2002) habla sobre la relación del cuerpo, el vestir y la Moda e, incluso, afirma que esta última está sujeta a un contexto social, económico, político, ideológico y cultural. Además, la Moda es el reflejo de una identidad tanto grupal, como individual, pues por medio del vestir y de la indumentaria las personas se sienten como parte de un grupo o, en su defecto, quieren diferenciarse de quienes están en su entorno.

La Moda hace tiempo que dejó de ser una cuestión simplemente comercial. Encontrar un lugar en cualquiera de las tendencias de la Moda habla de lo que somos, de cómo nos hemos construido socialmente; da información sobre aquello que preferimos; sobre lo que nos hace sentir que pertenecemos a un lugar e, incluso, la Moda ayuda a develar quiénes somos. Es por esto que se trata a la Moda como un fenómeno social. Y esta industria ha ganado relevancia no solo a nivel económico, sino que lo relacionado a ella ha ganado profundidad en aspectos antropológicos y sociológicos, tal como se ha venido explicando.

En algunas tendencias sociológicas se ha entendido también a la Moda como un disfraz (Entwistle, 2002): se hace referencia a aquello que las personas utilizan para aparentar algo que no son para conseguir ser aceptados en un grupo social. Así, se evidencia que la moda habla tanto de lo que somos, como de lo que no somos, y de lo que anhelamos ser. Se puede observar, también, que la Moda ha alcanzado tal poder e influencia, hasta poder impactar en las relaciones interpersonales y la realización individual de los seres humanos.

1.2. Interacción entre las marcas y la moda

Como se ha evidenciado, la industria de la Moda ha sido relacionada de diferentes maneras a varios fenómenos sociales. Por supuesto, a la economía, pero también a lo político, las relaciones interpersonales y los anhelos individuales de las personas.

Por esta razón, la Moda está tan extendida a nivel global, cada una de sus variaciones y especificidades está pensada para que un público determinado se identifique con ella. Como afirma González (2010), los buenos diseñadores tienen la posibilidad de conocer los deseos de su audiencia y trasladarlos a productos específicos. Es allí donde se crea la diferenciación. Por esto, la autora enfatiza en la importancia de la marca en la industria, dado que en un mercado con amplia oferta y demanda, es necesario que las diferentes marcas sean identificables entre sí, porque esto les otorga reconocimiento.

Producir un mercado segmentado o marketing de nicho, como lo llama Martínez (2006), incluso ha favorecido la expansión de la industria de la Moda. La diversificación de la oferta se da a través de la producción para segmentos diferenciados por distintas variables, mediante las que se relacionan diferentes identidades. De acuerdo a Shields (1992, p. 14), los nichos de mercado son “agrupaciones afectivas que emergen a través de unos sistemas compartidos de códigos simbólicos como el adorno, el gusto y el habitus”.

Producir para mercados segmentados y diferenciados es una tendencia que cada vez se expande más en la industria de la Moda, es decir, permite la diferenciación de una marca sobre otra y garantiza, por ejemplo, el éxito rotundo en el grupo de personas al que fue dirigido. De allí se entiende que no es necesario producir para cubrir las necesidades de todo el universo de mercado existente, sino que redirigirse a un grupo específico garantiza mayor acogida dentro de un público pequeño, quienes se sienten identificados y más cercanos a los productos.

En los reinados de belleza -unos fenómenos necesariamente ligados a la industria de la Moda-, existen diseñadores distinguidos y cuyos productos, con un estilo diferencial, se han abierto campo en los diferentes certámenes, nacionales e internacionales, y actualmente gozan de prestigio por ello. Para mencionar alguno, este es el caso de Alfredo Barraza, quien ha marcado su estilo propio, con el que lleva sus diseños a los más importantes concursos de belleza (colombianfashion.com, s.f.).

Como el concepto de marca en la Moda se traslada a los reinados de belleza, puede utilizarse también en los medios de comunicación dedicados a este tipo de certámenes. En Colombia, por ejemplo, considerando que la mayoría de medios de comunicación y plataformas digitales que tratan reinados de belleza son medios cuya esencia está dedicada a contenidos más generales o de entretenimiento, la diferenciación incluiría el enfocarse en los reinados de belleza menos conocidos y darles un tratamiento periodístico distinto al generalizado en los medios actualmente.

1.3. Los reinados de belleza regionales como escaparates

Los reinados de belleza son espectáculos en sí mismos. El objetivo es siempre mostrar algo al público, hacer un show, llamar la atención de quien lo ve. Es por esto que existe tanta dedicación y cuidado en el vestido que usan las candidatas, su expresión corporal, el estilismo que se decide aplicarles y cada uno de los detalles relacionados al cómo se verán durante los certámenes. Sin embargo, estos detalles están relacionados a una dinámica de mercado que se hace evidente. Los diseñadores, maquilladores y demás estilistas quieren mostrar su trabajo a través de las candidatas, considerando que toda la atención se centra sobre ellas.

Llaxaguanga (2016) afirma que los cuerpos de las mujeres en los certámenes de belleza se convierten en objetos publicitarios para incitar al público al consumo. El autor afirma que se le da tanto valor al cuidado de estos cuerpos, porque de ello depende la compra de los productos, cuya publicidad se da a través de las mujeres. A pesar de que Llaxaguanga le da un tinte negativo a lo anterior, se deben considerar varios aspectos en los certámenes de belleza.

Los productos de Moda, maquillaje y estilismo que se promocionan a través de las candidatas pueden ser también un beneficio para ellas. Es cierto que, como dice Llaxaguanga (2016), los cuerpos de las mujeres son el medio a través del cual se publicitan productos; sin embargo, se puede afirmar que los reinados de belleza son, entonces, el medio a través del cual se publicitan las candidatas.

En los reinados de belleza se mueve la importancia del vestir y de la indumentaria que usa una candidata. En esa lógica, el impacto de las industrias de belleza es esencial para el consumo y la mercantilización de estos certámenes (King-O’Riain, 2008), esto es, hay un interés tan importante en los reinados de belleza, porque allí hay varias industrias relacionadas y, por supuesto, que se vuelven también un medio comercial y publicitario.

Entonces, las candidatas aprovechan todos los distintos públicos que están al pendiente de los certámenes, para promocionarse a sí mismas, dentro de las profesiones también relacionadas. Entre mejor sea su estilismo, su vestido, su maquillaje y su preparación, tiene más posibilidades de ingresar, por ejemplo, al campo del modelaje, de la presentación, pueden llegar a ser el rostro para publicitar marcas de maquillaje o la imagen de tiendas de ropa. Lo anterior, garantiza a las candidatas un desarrollo profesional mucho más allá de, únicamente, el reinado de belleza.

En Colombia, por ejemplo, se ha observado que las candidatas del Concurso Nacional de Belleza han terminado por desempeñarse en la televisión, como presentadoras de diversos programas y hasta noticieros. Asimismo, desarrollan sus carreras como modelos y se convierten en la imagen de distintas marcas y organizaciones. Esta misma dinámica puede trasladarse a los reinados regionales, en los que las candidatas también ganan reconocimiento, pero en un ámbito más local.

Por todo lo anterior, tanto las marcas relacionadas a la moda, como las mismas candidatas, consideran a los reinados de belleza como un escaparate de sus virtudes y sus productos. Ambas partes se ven beneficiadas. Los certámenes de belleza se convierten en una plataforma publicitaria, debido al inmenso mercado que está ligado a su realización.

Capítulo 2. Los reinados de belleza: una introducción al cubrimiento en los medios colombianos

En Colombia, el inicio de los reinados de belleza data de 1904, siendo la ciudad de Buga la primera en celebrar uno de estos certámenes (Salamanca y González, 2016). Posteriormente, y con la realización de la primera versión del Concurso Nacional de Belleza, en 1969, los reinados se han convertido en parte importante de muchas de las manifestaciones culturales celebradas a lo largo del país.

Vale la pena explicar por qué en Colombia los reinados de belleza se instauraron como una de las tradiciones más arraigadas y sostenidas a nivel regional y nacional. De la Torre (2013) afirma que este tipo de certámenes permiten la promoción del sentimiento nacionalista, ya que a través de ellos se expresan símbolos e identidades comunes entre quienes promueven su realización. La construcción de la ‘identidad colombiana’ - aunque este concepto sea todavía difuso y discutible - está presentada, de algún modo, en la realización de estos certámenes. Por esta razón, se trata de una costumbre extendida por todo el territorio nacional.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta también lo que significa para los colombianos ser agentes de iniciativa social, sujetos de acción social. En el país, este poder se le ha otorgado históricamente a las clases altas. Sin embargo, los reinados de belleza le han otorgado poder de acción a todos los grupos sociales. El Reinado de Nacional de Belleza, por ejemplo, es una iniciativa de las élites colombianas, en el que, en sus orígenes, se relacionaban principalmente familias distinguidas de donde provenían las participantes. Pero la posibilidad de organizar y celebrar reinados regionales ha permitido a todos los grupos sociales empezar a involucrarse en celebraciones que luego se convierten en fiestas de toda la nación (Bolívar, 2007).

Lo anterior otorga a los reinados de belleza mayor relevancia cultural de la que se le ha dado en los medios hasta la actualidad, considerando que son el reflejo de elementos representativos, costumbres y factores identitarios que son homogéneos a una comunidad, región o país. Además, se han adentrado en costumbres populares y se convierten en celebraciones que son representativas de toda la nación. Es por esto que, en Colombia, por ejemplo, a través de los reinados de belleza regionales, se suelen exaltar productos típicos, lugares turísticos, danzas o expresiones musicales.

Y se menciona el cubrimiento en los medios de los reinados de belleza, debido a que los grandes medios masivos de comunicación han tendido a centrar la información sobre ello en los certámenes más conocidos a nivel nacional e internacional, y tienden a dejar de lado los concursos realizados en municipios pequeños del país. Por ende, se suele ignorar también la relevancia que estos poseen para la población que los organiza y que pueden evidenciar elementos que aporten a la construcción de identidad nacional.

Por esta razón, existe en Colombia un vacío informativo sobre los reinados de belleza regionales. Se conoce la cifra exacta de festividades realizadas a lo largo del país (3.794), pero solo se puede hacer una aproximación a más de mil sobre la cantidad de certámenes de belleza realizados a nivel regional (Semana, 30 enero de 2015). No existe, hasta el momento, un medio de comunicación que centre, produzca y organice información periodística sobre la gran cantidad de certámenes regionales que se celebran en el país. Así, se empieza a dilucidar una ausencia informativa que debería ser cubierta, un público interesado en un tema que no ha sido atendido.

2.1. Los periodismos especializados y los reinados de belleza

Dentro de las ramas de los contenidos periodísticos, entre las que más se suele mencionar a los reinados de Belleza, está el Periodismo Rosa. Esta disciplina especializada hace referencia a los contenidos de entretenimiento, donde además de los certámenes, se tratan demás temas culturales, de tendencia y estilo de vida (Bermúdez y Sosa, 2018). Los autores afirman también que es característico de este tipo de Periodismo tratar los contenidos con ligereza, debido al poco espacio con el que cuentan en los medios de comunicación en relación a otras temáticas.

Adicionalmente, la banalidad y trato ligero de sus contenidos están relacionados también a que el principal objetivo de las entidades productoras de contenidos de Periodismo Rosa es la generación de utilidades. Esta industria es de las que más deja ganancias a los medios de comunicación (Bermúdez y Sosa, 2018). Es por esta razón que, en la mayoría de los casos, se sacrifica la profundidad de los contenidos por crear piezas que generen sensibilidad e impacto y, por ende, mayor difusión.

Los reinados de belleza, al menos dentro del Periodismo Rosa, son apenas una de las muchas temáticas que se tratan relacionadas al entretenimiento y al estilo de vida. Lo anterior, ha generado que se creen estereotipos sobre ellos y que su relevancia no vaya más allá de la noche de la coronación, en la que todo el mundo comenta lo sucedido. Esto, por supuesto, hablando de los reinados tales como el Concurso Nacional de Belleza. De los certámenes regionales se trata mucho menos, algunos medios locales hablan de ellos con mayor profundidad; sin embargo, en los medios masivos se les menciona muy poco, o cuando existe algún escándalo que los relaciona.

Por otro lado, debe considerarse también aquí el Periodismo de Moda, ya que, más allá de la información, los temas que involucran los reinados de belleza en general son relacionados con esta industria, como se ha expuesto anteriormente. Julie Bradford (2015) explica que esta especialidad está basada en contar historias sobre las personalidades en la industria, lo que puede significar para la gente y cómo la moda se adapta a la vida diaria. Agregando a lo anterior, que las redes sociales y las plataformas digitales también se han convertido en los medios de publicación para los periodistas que se dedican a hablar sobre Moda.

El medio digital propuesto tendrá presente esta especialidad periodística como guía de línea en los contenidos. Justamente, como las temáticas están relacionadas, algunas veces este periodismo especializado trata los reinados de belleza, pero con mayor énfasis en los aspectos que competen al Periodismo de Moda. Sin embargo, también se tomará como referencia para emplear la ayuda de las redes sociales y, así, variar la información, el lenguaje y la forma de enganchar al público deseado.

De manera más específica, en Colombia, Fucsia fue la primera revista especializada en Moda y apareció en el año 2000 (Arcila, 2014). En su gran mayoría, estas plataformas las han dirigido mujeres y también su público son mujeres. Una visión que concuerda con nuestro público objetivo propuesto, ya que dos de los segmentos están conformados por mujeres de ciudades grandes y de zonas regionales del país.

En ese sentido, los periodismos especializados aquí mencionados dan algunas luces del tratamiento periodístico que se ha dado en los medios colombianos sobre los reinados de belleza y las temáticas que se han relacionado a ellos. Usarlos como referencia significa que son ejemplos de cómo se pueden generar contenidos para un tipo de público y para cumplir objetivos específicos; sin embargo, también son muestra de aquellos tratamientos que en el medio propuesto no se quieren realizar y son un ejemplo para saber cómo se pueden evitar.

2.2. El cubrimiento en los medios en línea

Con un recuento ya realizado de cómo los medios de comunicación tradicionales han tratado los certámenes de belleza en Colombia, es necesario pasar a revisar cómo se ha realizado esto en los medios digitales existentes. Lo anterior, porque es importante para una plataforma digital como la propuesta en el presente proyecto.

Como se observó en el análisis de competencia, no existe un medio digital en Colombia especializado en concursos de belleza, mucho menos en los realizados en las regiones del país. Se le ha dado a los certámenes, de igual forma, un espacio en la sección de entretenimiento de medios generalizados, alguna que otra mención en revistas digitales sobre estilo de vida, y menciones mínimas en medios locales. Como ya se indicó, queda en evidencia un vacío informativo que no ha sido cubierto.

Carmen Peñafiel Saíz (2016) habla sobre el periodismo digital, área de la profesión que hace uso de internet como plataforma para la creación de contenidos. Aquí han surgido nuevas herramientas como la interacción con el público, la creación de nuevo contenido multimedia, audiovisual y, en general, una flexibilidad con la información. Sin embargo, para la autora, es importante que además de las facilidades, haya una calidad y adaptación a las nuevas tendencias, siendo uno de los retos más grandes innovar y diferenciarse en el mundo digital.

Eso es lo que se realizará con la página web aquí propuesta, un periodismo digital que por medio de la conectividad y cercanía que puede tenerse con el público, dé a conocerse a nivel nacional los reinados de belleza regionales. Se intentará utilizar esas características de creatividad y de flexibilidad, para que la labor periodística sea diversificada en los productos y formatos.

Son varias las ventajas en un formato de este tipo, la primera y la más importante es que las personas que estén interesadas en conocer sobre los reinados regionales lo puedan hacer de una forma profunda, a través de contenidos que generen mayor empatía y cercanía con el público. Se va a hacer uso de las ventajas del periodismo digital, de los productos visuales que sean más ilustrativos para que la gente entienda qué pasa alrededor de un certamen regional.

La segunda es que una página de internet dedicada únicamente a una especialidad, abre la posibilidad de crear una comunidad con todas esas personas que ya se conectaron con la información. Para ello, herramientas como las redes sociales serán muy útiles, pues se trata de actualizar paralelamente la información acerca de los certámenes que se van cubriendo y, al mismo tiempo, atraer a más público. Igualmente, los comentarios en los contenidos publicados aportarían al conocimiento de los intereses de las personas sobre los reinados de belleza.

Y, la tercera, que desde un inicio somos diferentes a lo que actualmente ofrecen los medios digitales en Colombia. No existe ninguna página que oriente todo su contenido exclusivamente a los reinados de belleza. El reto estará en seguir la recomendación de Carmen Peñafiel (2016),

según la cual se debe innovar constantemente para poder seguir compitiendo en el mundo digital.

Anexo 3. Guiones y transcripciones de Entrevistas a profundidad - expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines

Guión de las entrevistas en profundidad utilizado – <u>expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines</u>	
Datos de la entrevista	
Fecha: 09/06/2020	
Hora: 5:00 PM	
Duración: 35 minutos	
Medio de entrevista (Correo, videollamada, teléfono): Videollamada	
Preguntas generales para caracterizar la muestra	
Nombre: Fátima Martínez	
Edad:	
Sexo: Femenino	
Nombre de la empresa en que trabaja: Universidad del Rosario / Plaza Capital	
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa?:	
¿Qué cargo ocupa en la empresa en la cual trabaja actualmente?: Docente de Periodismo / Directora, editora	
Metodología	<p>Para la realización de esta entrevista, requerimos que ingrese al siguiente link y haga una exploración de la plataforma, los contenidos, sus características y demás elementos :</p> <p>https://jessicazapata9.wixsite.com/tierradereinas/</p> <p>Si puede, por favor hágalo desde diferentes tipos de dispositivos. Ejemplo: computador, celular, etc.</p>

Objetivos específicos		
1. Navegación por el medio		
	Preguntas vinculadas	Fuente
	¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?	<p>Primero, las fotos, si no son suyas, recuerden poner el crédito. Luego, cuidado con esto, hay un desfase acá y cuidado con los iconos, que no se vea un poco como infantil. Me gusta que sea la home, un mapa y luego el tema de Contáctanos. El ¿Quiénes somos? creo que lo pondría así: Inicio, Regiones (quitar Por las regiones), Colombia (quitar Nuestro país, porque piensa que viene alguien de América Latina a Tierra de Reinas y no dar por hecho que todos van a entender), Reinados Internacionales y, al final, Quiénes somos. Aquí en Quiénes somos quitamos el “.” en Periodista y ponemos un enlace a una mini bio de 3 o 4 párrafos: “egresada o estudiante de la Universidad del Rosario, interesada en tal cosa...”. Me encanta el logo y la descripción.</p> <p>En la home que es lo que más llama la atención está una galería, luego los inicios de algunos contenidos destacados, luego una previsualización de la cuenta de IG de la página y más abajo el mapa donde se localizan los reinados. El mapa me gusta mucho, sería bueno que ocupara más espacio, que fuera del doble de grande. Me gusta mucho la home, ojalá en el logo puedan poner un enlace que lleve directamente a la home.</p> <p>Una pregunta, ¿es necesario que las secciones estén así subrayadas arriba y abajo? Porque está manchando la página.</p>
	¿Qué tan fácil fue encontrar el camino a los contenidos de la plataforma durante su navegación?	En términos de usabilidad creo que es sencillo, pero yo pondría el enlace en el titular, tanto en el Ver más como en el titular.
	¿Cree que hay claridad entre los diferente tipos de productos periodísticos que tiene la página web?	El podcast está muy bien locutado y trabajado entre las dos, han utilizado fotos, podcast, video y añaden enlace a video, bien. Son videos amateurs, no son videos producidos pero igualmente está trabajado. Aquí veo que los reportajes están trabajados, tengan cuidado con el espacio que sobra en los finales, pero me parece muy interesante porque es un pequeño video de 2 o 3 minutitos y estás contando la historia del reinado, me gusta porque le están dando el valor cultural, lo enfocan mucho desde las tradiciones colombianas. Sería bueno explicar un poco qué es eso de Reina de la Hortaliza, qué es eso de que se le ponga a un reinado el nombre de un tubérculo, entonces eso es interesante. Les iba a decir, en el cuerpo de las notas, que tengamos párrafos bien definidos, estructurados, que no se queden las líneas sueltas. El titular se me queda un poco corto, o sea, que sea una línea más larga y que quede en una frase. Cada foto debe tener una nota a pie de foto y el sumario subirlo un poco. Es decir, que quede titular, sumario, foto, nota a pie de foto, lead introductorio y podcast, que la información esté organizada en ese sentido.

	Hablando puntualmente de los elementos interactivos (videos, mapas, podcast, hipervínculos), ¿cómo fue su uso de estos? ¿Cree que son útiles y funcionan correctamente?	El uso de vínculos es súper importante, lo de los video amateur no me gusta, pierde calidad, prefiero que el material multimedia lo hagan ustedes, las fotos que sean tuyas o contribuciones de personas concretas a la web.
	¿Cuál es su impresión de los elementos que se encuentran en el inicio y pie de página que se encuentran estáticos durante la navegación?	La home me gusta pero está ese hueco ahí que me parece que se pierde, y está esa nota a pie de página que sea el Contáctanos como muchas webs tienen.
	Preguntas vinculadas	Fuente
2. Diseño general	¿Cuál es la impresión que le deja el logo y la paleta de colores usada en la plataforma?	El logo me encanta y la paleta de colores va acorde con lo que han hecho. Tal vez yo simplificaría al máximo el logo, pero va por buen camino.
	¿Cree que la tipografía es clara y apropiada para la plataforma?	Me gusta la fuente pero la haría más grande, de hecho que los párrafos son muy pequeños, la fuente podría ser más grande, el tamaño de la letra.
	Con relación al logo, colores, imágenes, tipografía, ¿cree que el diseño es consistente y apropiado para las temáticas que se tratan en el medio?	El diseño del logo y de la página tienen sentido, sí, pero creo que hay que seguir trabajando la página y re pensar que tal vez solo con el tema de los reinados no es suficiente, que la página tenga contenidos más profundos en temas culturales y también las historias de las reinas, de las personas, por qué es importante ser reinas, por qué se le ponen estos nombres a los reinados, qué suponen estos reinados para la región, si hay un significado agrícola importante detrás, si se les da premio a ellas, si están todo el año preparándose para ese reinado, hay muchas preguntas por responder... qué elementos culturales tienen este tipo de reinados y festivales.
	Preguntas	Fuente
3. Elementos que sobran	Desde su perspectiva, ¿hay elementos que podrían removerse de la página? Considere si cree que alguno no es de mucha funcionalidad, daña la estética de la plataforma, obstruye o hace más difícil la navegación, etc.	Lo que les he dicho, corregir las secciones, mejorar la home y buscar la forma de que en cada una de las secciones se vea el titular en una sola línea, el sumario, luego una foto con su nota a pie de foto, los párrafos bien estructurados y luego el elemento multimedia bien organizado. Pero en líneas generales está bien porque es muy visual, los colores son muy bonitos pero hay que trabajarlo.
	Preguntas	Fuente
4. Elementos que faltan	De igual manera, ¿qué elementos nuevos se podrían incluir en la plataforma para hacerla más eficiente?	Mapas, periodismo de datos, pueden explicar ese conocimiento, más fotogalerías porque le dan mayor movimiento a la página y que sean más grandes, y ya luego los cuadros más chiquitos.

	Preguntas	
5. Concepto general	Después de haber navegado por la página, ¿cree que todos los elementos contribuyen a dar a entender que se trata de una página dedicada a periodismo sobre reinados de belleza tradicionales y folclóricos en Colombia?	<p>Hay una clara intención de que sea eso, pero no veo Periodismo todavía, veo un intento de hacer un proyecto periodístico porque me faltan más entrevistas, mayor profundidad en los contenidos, pero la idea es esa.</p> <p>Una cosa que les quería comentar, ¿no han pensado que esto se puede hablar con los festivales y que esto pueda ser una web oficial de los reinados de belleza? O incluso hablar con el Ministerio de Cultura para que les dieran trabajo el día de mañana por este proyecto, para luego contar todas las historias de los reinados. Hay que pensarlo desde un punto de vista turístico, es decir, no a todo el mundo tienen que gustarle los reinados pero les puede gustar la web y ver qué les cuenta de una región o la otra. Es decir, aquí hay un potencial, además del tema de la cultura y de los reinados, meter además los lugares, cosas culturales curiosas de las regiones y así va creciendo. Me parece interesante el proyecto pero hay que trabajarlo desde el punto conceptual, es decir, buscar la manera de que esto lo financien las marcas que promocionan estos festivales, estos reinados, y tener la idea de focalizarlo en Colombia como marca, meter temas regionales, festivales que no se conozcan, que vaya un poquito más allá de los reinados de belleza.</p>
	¿Cuál cree que es el objetivo del medio?	El objetivo del medio, tal y como lo he leído, es que quieren hacer una web site dedicada a los reinados de belleza en Colombia para resaltar los aspectos culturales de las regiones. sin embargo, ahí se me queda superficial, por eso digo que hay que repensar un poco el concepto, ir más allá del reinado. No quedarse en la historia de esta fue la ganadora y esto fue lo que nos dijo, sino ir más allá, qué supone para las regiones, hablar del aspecto económico y sociológico.

Fig. 1. Guión de las entrevistas en profundidad utilizado – expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines

Datos de la entrevista
Fecha: 11/06/2020
Hora : 6:00p.m
Duración: 18:07
Medio de entrevista (Correo, videollamada, teléfono): videollamada

Preguntas generales para caracterizar la muestra

Nombre: Eduar Barbosa

Edad: 29 años

Sexo: Masculino

Nombre de la empresa en que trabaja: Universidad del Rosario

¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa?: N/A

¿Qué cargo ocupa en la empresa en la cual trabaja actualmente?: Profesor de carrera de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario

<p>Metodología</p>	<p>Para la realización de esta entrevista, requerimos que ingrese al siguiente link y haga una exploración de la plataforma, los contenidos, sus características y demás elementos : https://jessicazapata9.wixsite.com/tierradereinas/ Si puede, por favor hágalo desde diferentes tipos de dispositivos. Ejemplo: computador, celular, etc.</p>	
<p>Objetivos específicos</p>		
<p>1. Navegación por el medio</p>		
	<p align="center">Preguntas vinculadas</p>	<p align="center">Fuente</p>
	<p>¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?</p>	<p>A mi me parece que la pestaña de inicio está bien. Es decir, me parece que tiene la información necesaria para poder hacerse una idea del sitio. Lo único que me preocupa, es que yo la vi desde el celular y desde el computador, desde el computador, a veces pasa que no sé si hay una cuestión como de ajuste del ancho, que cuando estás navegando te da la posibilidad de que muevas a la izquierda y derecha un poquito pero no te muestra nada. Creo que es como una cuestión de diagramación de la página que se presenta ese inconveniente. Lo otro que vi en la pestaña de inicio, es que, si bien ustedes destacan el título de la entrada, creo que está muy chiquito el asunto de que es un video o un podcast o algo así. Cuando uno está viendo como rápido parece como otro cuadrito más, yo sugeriría de pronto destacarlo un poco más, cosa que uno pueda de entrada saber un poco más “ah esto es un vídeo, o esto es un podcast” como distinguir un poco más esa cuestión del tipo de contenido. Otra cosa que vi, y que me llamó la atención, me gusto mucho el mapita que ustedes proponen ahí, yo lo único que sugeriría es que de pronto el mapa buscarán la manera de que apareciera más grande. Porque claro, tu puedes hacer zoom, pero luego cuando estás bajando y ves</p>

		<p>el mapa pequeño con un montón de puntos, es difícil a veces intentar localizarlo de entrada, como que lo destacaría un poco más.</p> <p>Una cuestión que me pareció también importante, es que ustedes a la derecha, tienen allí una descripción “Bienvenidos, esta es la revelación oficial de nuestro nombre y el logo, somos Tierra de Reinas, etc.”, ese texto si ustedes se dan cuenta no compagina con los otros cuadritos. Ustedes terminan de leer los otros dos cuadros que hay ahí, pero luego ese va mucho más abajo, entonces claro les queda un gran espacio en blanco entre los dos cuadros de la lado y el final de la descripción. Eso, yo sugeriría ajustarlo para que sea más simétrico todo.</p> <p>Otra de las cosas importantes es que creo que el header de la página está muy ancho. Entonces qué sucede, cuando tu lo ves en un computador, que no tiene una pantalla muy grande, básicamente el header ocupa casi la mitad de la página y te queda muy poco espacio para leer. En este caso, entiendo que también tiene que ver con la barra de Wix que aparece arriba, y que muy seguramente, cuando esa barra desaparezca, te ganarás esos pixeles, pero creo que podrían reconsiderar por ejemplo, colocar el logo de Tierra de Reinas que es grande, a un lado y subir el menú. Con eso, ustedes se ganan todo ese espacio que está debajo.</p> <p>Ustedes tienen el Contáctanos al final de la página, que si no estoy mal se repite en todas las secciones, yo revisaría un poquito eso porque de pronto puede ser un poco invasivo para el que entra a la página. Es decir, como que en todo momento me estás diciendo contáctame. Lo que haría es de pronto dejar un botón si lo que quieren es hacer recordación de que les interesa que la gente les haga llegar información o lo que sea, yo colocaría un botón flotante. Que le recuerda a la gente y que le diga que ahí las pueden contactar, algo como de correo electrónico, de chat o de algo, y eso les puede ayudar a generar esa coordinación, tener ese espacio de contacto sin tener el formulario completo en cada una de las páginas internas.</p> <p>Con respecto a eso, ustedes al lado en el inicio, al lado del formulario de contáctanos tiene el menú otra vez repetido, entonces cuando yo llego al final tienes el menú acá arriba, el contactanos y el menú aquí al lado. Solo ves menú y el formulario, no ves más nada. Entonces yo también pensaría en cómo hacer para que ese menú que ustedes tienen ahí abajo a la derecha lo podrían hacer de otra manera. Poner solo algunas cosas claves para que no se repita todo el menú en ese lado.</p>
	<p>¿Qué tan fácil fue encontrar el camino a los contenidos de la plataforma durante su navegación?</p>	<p>Yo creo que fue fácil, lo que les digo, yo creo que los destacado están bien, creo que se entiende cuando tu vas a cada sección, están bien delimitadas y eso te permite tener claro qué es lo que estás viendo. Ahora, yo lo que no sé si de pronto cuando uno mira el menú de arriba te dice Inicio, luego dice Por las Regiones y luego Nuestro País, que entre esos dos yo haría una distinción más clara porque claro, Nuestro País contiene esas regiones, qué de diferente me vas a mostrar. Pensar en cómo distinguir más claramente. Pero sería únicamente eso, de resto llegar a los contenidos es fácil.</p> <p>Ahora, una sugerencia sería que hipervincularan el titular, si yo tengo que ir a ver más en cada lugar y en cambio tengo el título ahí grande y tengo eso de una vez, es más fácil todavía.</p>

	¿Cree que hay claridad entre los diferentes tipos de productos periodísticos que tiene la página web?	Sí, yo lo único que les diría es lo que les comentaba al principio, destacar un poco más qué es cada cosa antes de que yo entre a mirar. Porque por ejemplo, cuando yo estoy en el inicio, ustedes tienen ahí como varias cosas en este momento. Hay uno que dice que es un video "para conocer más de este evento haz clic aquí", yo debería poder hacer clic de una vez en la imagen o en alguna cosa y que me mande al video, bien sea por una ventana pop up o alguna cosa que yo no tenga que hacer tantos pasos para llegar. A pesar de que es fácil, y de que es intuitivo, entre menos clic tenga que hacer la gente, mejor.
	Hablando puntualmente de los elementos interactivos (videos, mapas, podcast, hipervínculos), ¿cómo fue su uso de estos? ¿Cree que son útiles y funcionan correctamente?	Yo creo que sí, yo creo que funcionan bastante bien y creo que los recursos son interesantes como para poder contextualizar también al usuario. Me parece que la verdad funciona bastante bien, creo que a parte de lo que les he dicho, los vínculos en las notas y eso para poder ingresar y demás está bien.
	¿Cuál es su impresión de los elementos que se encuentran en el inicio y pie de página que se encuentran estáticos durante la navegación?	A mí me gusta que se mantenga estático, que no se vaya, porque normalmente cuando tu tienes mucho contenido en una página, si no tienes al menos un menú, aunque sea sencillo y estático, suele causar como cierta ansiedad porque no sabe para dónde coger. Yo creo que como usuario agradezco que el menú está ahí, que lo tenga claro y que en cualquier momento yo diga que no quiero ver más esto, sino lo otro y tenga el menú ahí a la mano. Que si llegue al final de la página no tenga que hacer scroll una y otra vez hasta llegar donde están las secciones y pueda seleccionar ahí. A mí me parece que está bien, solo le corregiría un poco más el tamaño
	Preguntas vinculadas	Fuente
2. Diseño general	¿Cuál es la impresión que le deja el logo y la paleta de colores usada en la plataforma?	A mí me gusta y me parece bien. Además creo que remite a lo que ustedes están hablando, cuando yo veo el logo y digo Tierra de Reinas, ya sé de qué va esto. Entonces me parece que está claro y que da en el punto
	¿Cree que la tipografía es clara y apropiada para la plataforma?	Sí, yo creo que sí, creo que es bastante clara. Solo revisaría la cantidad de texto que de pronto se muestra como para que por ejemplo yo les decía de la descripción de Tierra de Reinas, no sé si sea demasiado, de pronto fatiga un poco la vista. Pero me parece que la letra es legible, que está bastante bien, que la combinación entre tipografías también funcionan
	Con relación al logo, colores, imágenes, tipografía, ¿cree que el diseño es consistente y apropiado para las temáticas que se tratan en el medio?	
	Preguntas	Fuente
3. Elementos que sobran	Desde su perspectiva, ¿hay elementos que podrían removerse de la página? Considere si cree que alguno no es de mucha	En resultado de lo que les he dicho, yo lo que quitaría sería esa descripción de Tierra de Reinas y la dejaría en otro lado para el que la quiera ver. Es decir, no la mostraría por defecto a todo el que llega a la página, sino que si nosotros tenemos ya una parte que dice Quiénes Somos, lo dejó allá y el que quiera saber, que vaya. De

	funcionalidad, daña la estética de la plataforma, obstruye o hace más difícil la navegación, etc.	resto, yo creo que está bien y creo que lo que tiene ahí es como lo esencial para poder operar.
	Preguntas	Fuente
4. Elementos que faltan	De igual manera, ¿qué elementos nuevos se podrían incluir en la plataforma para hacerla más eficiente?	Yo incluiría directamente en el inicio al menos un video, por lo menos uno. Es decir, que yo no tenga que entrar a para poder ver, sino que yo lo que haría sería poner un video que esté bien destacado, no sé si como una franja, en fin. Pero que sí tenga algo un poco más audiovisual de entrada. Que no sea tan plana la página, que yo pueda ver algo haciendo clic, de 10 o 20 segundos, no completo, y luego seguir navegando. Pero yo sí le pondría algo como que enganchara.
	Preguntas	
5. Concepto general	Después de haber navegado por la página, ¿cree que todos los elementos contribuyen a dar a entender que se trata de una página dedicada a periodismo sobre reinados de belleza tradicionales y folclóricos en Colombia?	Sí, yo creo que sí, eso se entiende y cuando yo vi la página, lo entendí, pero esa distinción que ustedes hacen entre reinado folclórico, tradicionales, etc. A mi me gustaría, de pronto, como tener eso en alguna parte, no todo el mundo sabe eso, de pronto hay alguien que entra a la página y dice reinados y se remite a los que ya conoce, como el Miss Colombia y que es la que escogen para ir a Miss Universo y se acabó. Pero no conoces el Reinado del Burro, de la Papa, de la Yuca, de la arracacha, del ñame, etc. Yo creo que esa distinción es importante y que debería aparecer en alguna parte de manera más clara. Ponerlo en el header, a un lado “nos encantan los reinados tradicionales y folclóricos”, inventar alguna manera para que la gente de qué les vas a hablar .
	¿Cuál cree que es el objetivo del medio?	Para mí el objetivo del medio es la difusión y el dar a conocer todos estos reinados que están un poco escondidos. Que si uno de pronto no es del pueblo o de la vereda no conocería. Yo creo que ese es el objetivo principal, intentar comunicar y mostrar que hay otros reinados, que no son el Reinado Nacional que todos conocemos, y que también tienen alrededor unas prácticas culturales que se han tejido a lo largo del tiempo. Yo creo que eso al final puede resultar interesante y hasta curioso para muchos. Porque además siempre esta cuestión de los reinados populares es como “mire esa mujer montada en ese burro, qué chistosa se ve”. Entonces claro, yo creo que también es importante destacar toda esa tradición cultural que está alrededor y que no es sencillamente alguien disfrazado haciendo alguna cosa que nos resulta como medio payasada. Yo creo que ese puede ser un buen objetivo desde yo lo veo, intentar mostrar todas esas expresiones culturales que están alrededor de este concepto o de esta práctica en los reinados.

Fig. 1. Guión de las entrevistas en profundidad utilizado – expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines

Datos de la entrevista					
Fecha: 24/06/2020					
Hora: 6:00 PM					
Duración: 22 minutos					
Medio de entrevista (Correo, videollamada, teléfono): Videollamada					
Preguntas generales para caracterizar la muestra					
Nombre: Natalia Echeverry					
Edad: 27					
Sexo: Femenino					
Nombre de la empresa en que trabaja: Independiente					
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa?:					
¿Qué cargo ocupa en la empresa en la cual trabaja actualmente?: Comunicadora social, periodista de moda					
Metodología	<p>Para la realización de esta entrevista, requerimos que ingrese al siguiente link y haga una exploración de la plataforma, los contenidos, sus características y demás elementos :</p> <p>https://jessicazapata9.wixsite.com/tierradereinas/</p> <p>Si puede, por favor hágalo desde diferentes tipos de dispositivos. Ejemplo: computador, celular, etc.</p>				
Objetivos específicos					
1. Navegación por el medio					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Preguntas vinculadas</th> <th>Fuente</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?</td> <td>Es una página muy de trabajo de la universidad. Como yo tengo algo de experiencia en el tema de las páginas web por lo que me dedicaba a esto ya hace un tiempo, me parece que está bien, tiene información interesante sobre el tema de los reinados. Sí me parece como que tiene mucho potencial el tema del diseño de la página, pienso que</td> </tr> </tbody> </table>	Preguntas vinculadas	Fuente	¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?	Es una página muy de trabajo de la universidad. Como yo tengo algo de experiencia en el tema de las páginas web por lo que me dedicaba a esto ya hace un tiempo, me parece que está bien, tiene información interesante sobre el tema de los reinados. Sí me parece como que tiene mucho potencial el tema del diseño de la página, pienso que
Preguntas vinculadas	Fuente				
¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?	Es una página muy de trabajo de la universidad. Como yo tengo algo de experiencia en el tema de las páginas web por lo que me dedicaba a esto ya hace un tiempo, me parece que está bien, tiene información interesante sobre el tema de los reinados. Sí me parece como que tiene mucho potencial el tema del diseño de la página, pienso que				

		<p>podría mejorar arriba el header para que se vea mucho más atractivo cuando uno se meta.</p> <p>Yo veo como dos imágenes y arriba un título que es el Reinado de la Hortaliza en Cota, Cundinamarca, entonces yo me pregunto, ¿todas las noticias son de ese reinado? Si las fotos no van a ser todas de eso, no tiene sentido que vaya ese título grande ahí.</p>
	¿Qué tan fácil fue encontrar el camino a los contenidos de la plataforma durante su navegación?	Fácil, pero no me parece que sea tan clara la exposición de la arquitectura de la página. No me parece que sea tan claro como el título gigante que habla solamente de la primera foto eso puede hacer que uno se confunda. De pronto puede ser el explorador, pero yo lo veo y como que no tiene una línea que uno entienda que arriba va a encontrar esto y abajo otro. Porque digamos acá me dice que es un podcast, entonces no es clara la distribución de los contenidos.
	¿Cree que hay claridad entre los diferentes tipos de productos periodísticos que tiene la página web?	Eso sí, porque digamos que estos tags funcionan para que uno diga “ah, me voy a meter a un podcast o a un video”, entonces eso funciona muchísimo. Yo digamos acá podría cambiar ese título que puede hacer que uno se confunda pensando que todo es del Reinado de la Hortaliza y pondría como “conoce más sobre los eventos nacionales” o algo que sea más general para que uno entienda que esa galería de fotos tiene de todo lo que uno va a encontrar en la página.
	Hablando puntualmente de los elementos interactivos (videos, mapas, podcast, hipervínculos), ¿cómo fue su uso de estos? ¿Cree que son útiles y funcionan correctamente?	Sí, no tuve problema en ese sentido en la navegación, todo funciona.
	¿Cuál es su impresión de los elementos que se encuentran en el inicio y pie de página que se encuentran estáticos durante la navegación?	Bien, podría mejorarse, yo inclusive hice dos páginas web donde la parte de abajo se vuelve una especie de menú muy útil para que las personas naveguen, como ese que ustedes tienen ahí. Pero el Contáctanos, yo creo que pueden haber dos tipos de Contáctanos: uno como de este formulario que uno llena para que ustedes vuelvan a la persona, pero también haría uno como con información, un número donde uno pueda contactarlas a ustedes si tiene alguna duda. Otra cosa que me parecería interesante es si ustedes van a hacer mailing o algo así, eso se incrusta súper fácil a la página y todo lo que la gente les escriba, les llega a un correo. Eso funcionaría. Es que ahorita hay que pensar muy 360, entonces cuando uno tiene una página, si la gente de verdad se interesa por el contenido que ustedes tienen y siempre van a haber nuevas noticias y nuevos reinados, todas esas cosas valdría mucho la pena tener un mailing mensual de lo que está pasando o lo que va a pasar y así.
	Preguntas vinculadas	Fuente
2. Diseño general	¿Cuál es la impresión que le deja el logo y la paleta de colores usada en la plataforma?	El logo me parece un poquito infantil como por la coronita, es lindo pero sí me parece que se le podría dar mucha más presencia con un logo más serio, pero también eso va en gustos. De pronto en eso sí soy un poco más clásica. Uno como periodista tiene herramientas muy diferentes a las de un diseñador.

	¿Cree que la tipografía es clara y apropiada para la plataforma?	Sí, me parece que sí.
	Con relación al logo, colores, imágenes, tipografía, ¿cree que el diseño es consistente y apropiado para las temáticas que se tratan en el medio?	Sí, está bien.
	Preguntas	Fuente
3. Elementos que sobran	Desde su perspectiva, ¿hay elementos que podrían removerse de la página? Considere si cree que alguno no es de mucha funcionalidad, daña la estética de la plataforma, obstruye o hace más difícil la navegación, etc.	Si tú me preguntas desde el logo como tal, para que se vea más limpio le quitaría como las tiritas de colores, dejaría solo la rama y la corona, porque siento que lo de atrás sí puede generar como ruido. Y tienen que pensar en cuando vayan a aplicar ese logo, sea porque en el futuro hagan una alianza y vayan a salir en un medio, en un periódico, revista, en un flyer, un video, creo que ese elemento como que roba visibilidad.
	Preguntas	Fuente
4. Elementos que faltan	De igual manera, ¿qué elementos nuevos se podrían incluir en la plataforma para hacerla más eficiente?	Yo pensaría en el menú quitar uno de estos o convertir dos en un solo ítem y agregar uno que sea como una galería donde estén las fotos, los videos, una sala de prensa, donde ustedes puedan tener si de pronto en algún punto va a llegarles información como de los reinados, de pronto cualquier reinado tiene un encargado de prensa o un comunicador que mande información y que ustedes puedan tener una sala de prensa, o que hagan algún artículo y que vaya a salir en una gazeta de un pueblo o una revista y que puedan ir teniendo esa información por ahí.
	Preguntas	
5. Concepto general	Después de haber navegado por la página, ¿cree que todos los elementos contribuyen a dar a entender que se trata de una página dedicada a periodismo sobre reinados de belleza tradicionales y folclóricos en Colombia?	Es que yo siento que si uno no sabe que es un tema netamente de Periodismo, difícil. De pronto ya mirando uno el “quiénes somos” sí entiende que es un portal periodístico que se trata de eso. Pero que yo me meta de una y entienda qué es, no. Lo veo como un blog de personas interesadas en reinados de Colombia, que no está mal, porque un blog también es un ejercicio periodístico, lo único es que no es que uno se meta y ya entiende que es un tema periodístico. Cuando uno va al ¿Quiénes somos? se entiende perfectamente que es un trabajo que están haciendo periodistas.
	¿Cuál cree que es el objetivo del medio?	Informar sobre los reinados regionales y hasta nacionales de diferentes temáticas que se manejan en el país y que uno de pronto no escuchará.

Fig. 1. Guión de las entrevistas en profundidad utilizado – expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines

Datos de la entrevista		
Fecha: 11/06/2020		
Hora: 4:00 PM		
Duración: 16 minutos		
Medio de entrevista (Correo, videollamada, teléfono): Videollamada		
<i>Preguntas generales para caracterizar la muestra</i>		
Nombre: Diego Acero		
Edad: 37		
Sexo: Masculino		
Nombre de la empresa en que trabaja: Independiente		
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa?: N/A		
¿Qué cargo ocupa en la empresa en la cual trabaja actualmente?: Comunicador social, periodista de entretenimiento		
Metodología	<p>Para la realización de esta entrevista, requerimos que ingrese al siguiente link y haga una exploración de la plataforma, los contenidos, sus características y demás elementos :</p> <p>https://jessicazapata9.wixsite.com/tierradereinas/</p> <p>Si puede, por favor hágalo desde diferentes tipos de dispositivos. Ejemplo: computador, celular, etc.</p>	
Objetivos específicos		
1. Navegación por el medio		
	<i>Preguntas vinculadas</i>	<i>Fuente</i>

	<p>¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?</p>	<p>La navegación fue súper amigable. Queda claro que es una página informativa, queda claro que es una página que si yo quiero investigar algo sobre reinas y demás, lo voy a encontrar acá. Veo que tienen absolutamente de todo y algo que es esencial que veo que tienen en el inicio son los cuatro ítems o íconos de redes sociales, que eso es lo que más se mueve ahora, más ahorita en tiempos de pandemia. Eso es vital y las aplaudo por eso. Pero cuando yo entro de primerazo a la página, veo el título de Tierra de Reinas, pero inmediatamente el caption que tengo es el Reinado de la Hortaliza en Cota, Cundinamarca. ¿Qué pasa? Que si yo entro de una sin saber, simplemente me dicen “entre a esta página para que vea los reinados de belleza en Colombia” y yo entro de una vez a esta primera pantalla, ese título de Reinado de la Hortaliza en Cota lo que a mí me hizo pensar es que únicamente van a hablar de ese reinado, entonces sería bueno que tuvieran en el inicio como “Tierra de Reinas. Aquí ustedes encontrarán un espacio con los reinados de belleza en Colombia. Entonces tenemos - por ejemplo, como ítems - el Reinado del Café, el Reinado de la Panela, etc” y que ya uno pueda hacer un clic en el reinado que le interese y que le lleve a la información. Eso sería en cuanto a la primera navegación o el primer encuentro que uno tiene con la página. Ya uno manejándola se da cuenta de que está informativa, me gustan las fotos, no sé si ustedes han ido a los reinados y han capturado esto o esto es material de otra persona; pero digamos que de esto se trata, si esto va a ser una página de información en internet, van por el camino que es.</p>
	<p>¿Qué tan fácil fue encontrar el camino a los contenidos de la plataforma durante su navegación?</p>	<p>Es buena, vuelvo y les digo, sería muchísimo más fácil si en la primera pantalla ustedes tuvieran ítems de cada reinado para que la persona entre y haga clic en el reinado que le interesa, sería más fácil que entrar y tener que buscar en todo. Hay que hacerle un poquito más fácil la navegación a la gente. Esto funciona si solo hablarán del Reinado del Café o del Reinado de la Panela, uno ya sabe que entró a ese, pero como hablan de todo, sería bueno que tuvieran esos ítems.</p>
	<p>¿Cree que hay claridad entre los diferente tipos de productos periodísticos que tiene la página web?</p>	<p>Sí, ustedes tienen todo el contenido periodístico, me gustaría ver más entrevistas a la reina ganadora o si están cubriendo el reinado, el paso a paso del reinado, eso está chévere porque es lo que a la gente le gusta ver y, como videitos, no el típico video de la coronación y eso, digamos, eso podrían hacerlo de videos curiosos, de lo que no se ve, de lo que la gente no se entera, eso es llamativa y les hace tener mejor tráfico en la página.</p>
	<p>Hablando puntualmente de los elementos interactivos (videos, mapas, podcast, hipervínculos), ¿cómo fue su uso de estos? ¿Cree que son útiles y funcionan correctamente?</p>	<p>Me pareció bien, lo único es que en el localizador de reinados, entiendo la idea del mapa y poner los puntos, pero no me llama la atención, debería ser un tipo más visual, con más video imágenes, porque poner un mapa con los puntos pues... y si es una persona que no sabe qué hay, por ejemplo, entre Bogotá y Cali, pues va a quedar igual, poner un punto de referencia ahí como que no.</p>
	<p>¿Cuál es su impresión de los elementos que se encuentran en el inicio y pie de página que se encuentran estáticos durante la navegación?</p>	<p>El formulario de Contáctanos me pareció chévere y me llama la atención, pero no me queda claro para qué es, o sea, yo me registro ahí, ¿para qué? Para tener información, o si yo soy una niña que quiero participar en el reinado me inscribo por ahí, no queda claro. Es buena la idea, pero el hecho de que diga “Contáctanos” es “contáctanos si quieres más información”, “contáctanos si quieres</p>

		participar”, “contáctanos si quieres ir a uno de los reinados”, porque no queda claro el contáctanos para qué es.
	Preguntas vinculadas	Fuente
2. Diseño general	¿Cuál es la impresión que le deja el logo y la paleta de colores usada en la plataforma?	El logo no me dice nada, o sea, entiendo los colores de la bandera y una corona ahí, pero sería mejor un collage con las fotos de las reinas con la corona y que diga “Tierra de Reinas”, eso sería más llamativo. Si llegara a volverse algo profesional, deberían tener en cuenta que a la gente a la que le va a llegar esta página, tiene que tener una gama visual muy buena. El resto de la página yo lo veo muy bien porque lo veo como una página noticiosa, informativa, pero el logo no me dice nada. Podría tener como un banner titilante, “Tierra de Reinas”, “Entérate” y así, eso estaría chévere.
	¿Cree que la tipografía es clara y apropiada para la plataforma?	Sí, está bien. Los títulos en café yo los relacioné con el Café, con la Panela, con nuestra tierra, con la celebración, eso me gustó.
	Con relación al logo, colores, imágenes, tipografía, ¿cree que el diseño es consistente y apropiado para las temáticas que se tratan en el medio?	Sí, me parece que concuerda, lo único que yo le cambiaría sería el tema del logo.
	Preguntas	Fuente
3. Elementos que sobran	Desde su perspectiva, ¿hay elementos que podrían removerse de la página? Considere si cree que alguno no es de mucha funcionalidad, daña la estética de la plataforma, obstruye o hace más difícil la navegación, etc.	No, digamos que yo no lo quitaría nada. Me sorprendió mucho que vi un logo de Pinterest, pero no entendí para qué lo pusieron, ahí en la parte de actualizaciones de Instagram sale un logo de Facebook, Twitter y Pinterest, esto me parece un cabezazo si ustedes me dieran acceso a algo que tiene que ver con su página, porque me dio acceso a Pinterest en general.
	Preguntas	Fuente
4. Elementos que faltan	De igual manera, ¿qué elementos nuevos se podrían incluir en la plataforma para hacerla más eficiente?	Lo único sería un espacio donde haya videos de los reinados. Donde que si yo quiero ver la coronación de la niña del Café o de la Panela, del reinado que sea, creo que los videos son súper importantes y estamos en esta era digital tan marcada que a la gente le gusta es ver más que leer, entonces eso les hace falta un montón.
	Preguntas	
5. Concepto general	Después de haber navegado por la página, ¿cree que todos los elementos contribuyen a dar a entender que se trata de una página dedicada a periodismo sobre	Sí, pero les falta como un nombre mucho más llamativo. Es decir, Tierra de Reinas podría ser el subtítulo del título de la página, pero cuando me enviaron el link que dice “jessicazapata...tierradereinas” eso me pareció más un blog que una página informativa. Entonces, cuando ustedes quieran compartir ese tipo de links, que sea, por

reinados de belleza tradicionales y folclóricos en Colombia?	ejemplo " www.eltiempo.com " y uno ya sabe a dónde va a entrar. Pero si sale el nombre ahí, no es llamativo.
¿Cuál cree que es el objetivo del medio?	Informar de los reinados, como el paso a paso de los reinados. Incluso pensé que ustedes habían ido a cubrir porque era algo que yo hacía cuando trabajaba en medios de comunicación, entonces apenas yo entro y veo eso, digo "ahí sí es informativo".

Fig. 1. Guión de las entrevistas en profundidad utilizado – expertos en contenido digital sobre reinados, moda, belleza y afines

Datos de la entrevista
Fecha: 11/06/2020
Hora: 5:00p.m
Duración: 11:06
Medio de entrevista (Correo, videollamada, teléfono): videollamada
<i>Preguntas generales para caracterizar la muestra</i>
Nombre: Daniel Fernando Montañez Cruz
Edad: 21 años
Sexo: Masculino
Nombre de la empresa en que trabaja: community manager de la página de Instagram Missosology
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa?: N/A
¿Qué cargo ocupa en la empresa en la cual trabaja actualmente?: community manager y asesoramiento de imagen para agencias y compañías

Metodología	<p>Para la realización de esta entrevista, requerimos que ingrese al siguiente link y haga una exploración de la plataforma, los contenidos, sus características y demás elementos : https://jessicazapata9.wixsite.com/tierradereinas/ Si puede, por favor hágalo desde diferentes tipos de dispositivos. Ejemplo: computador, celular, etc.</p>	
Objetivos específicos		
1. Navegación por el medio		
	Preguntas vinculadas	Fuente
	¿Qué piensa del orden y disposición de los elementos que se encuentran en la pestaña de inicio?	Perfectos, me parecen bastante agradables, creo que contextualizan con algunos reinados y las noticias más recientes referentes a los reinados actuales, ahí ustedes mencionan algunos, me parece apropiado y me gusta además la graficación y las imágenes que utilizan, creo que son bastante amigables con las personas que lo están viendo.
	¿Qué tan fácil fue encontrar el camino a los contenidos de la plataforma durante su navegación?	Súper sencillos, en la parte superior derecha y ahí encontré un menú desplegable.
	¿Cree que hay claridad entre los diferente tipos de productos periodísticos que tiene la página web?	Tal vez no hay bastante explícito, pero que tu en el momento de indagar referente a algún contenido, te vas encontrando con esa descripción de elementos y de contenido multimedia que ustedes manejan. Me explico, si quiero yo saber más sobre el Reinado de la Ganadería, entro y ahí me encuentro con una multiplicidad de contenidos multimedia. Entonces dentro de ese sentido, y al verlo desde ese contexto, sí creo que es bastante sencillo y fácil de encontrar.
	Hablando puntualmente de los elementos interactivos (videos, mapas, podcast, hipervínculos), ¿cómo fue su uso de estos? ¿Cree que son útiles y funcionan correctamente?	Absolutamente, considero que bueno, los vínculos referentes a redes sociales son muy buenos, ayudan a crear un contenido multimedia amplio en diferentes canales y que se pueden manejar de diferentes formas dependiendo de los contenidos que ustedes vayan a realizar a través de cada una de estas redes sociales, lo cual me parece bastante útil. Lo del mapa. me parece bastante innovador, me parece muy bonito, creo que bien trabajado y cuando ya le incorporen toda la información, porque me cuentan que es un piloto, va a servir de gran manera para darle contexto y para que la gente comprenda la importancia, el desarrollo y cómo se realizan cada uno de los diferentes reinados a nivel nacional. Y esto considero que es bastante útil, necesario y muy pedagógico.
	¿Cuál es su impresión de los elementos que se encuentran en el inicio y pie de página que se encuentran estáticos durante la navegación?	Bien, me parece que son necesarios. Bueno, yo me imagino que ustedes a futuro podrían proyectar la página también como un enlace de privados, de marcas, de personas interesadas e incluso de candidatas que deseen participar en estos reinados entonces creo que es bastante útil por esto mismo que les acabo de mencionar. Ya que ustedes podrían crear esa conexión entre ellos y podrían ser ustedes la red de comunicación para llegar a los concursos en donde

		<p>cada persona independientemente de su condición o lo que necesite, pueda ligarse con cada uno de estos certámenes. Por lo tanto, me parece bastante útil que aparezca y que esté bastante visible para que así la gente lo pueda utilizar y pueda llegar a ustedes.</p>
	Preguntas vinculadas	Fuente
2. Diseño general	¿Cuál es la impresión que le deja el logo y la paleta de colores usada en la plataforma?	Me gusta, como te mencionaba al principio, creo que son colores cálidos, bastante minimalistas y eso gusta. Creo que en esto no hay que sobresaturar las cosas de elementos ni de colores, el nombre de por sí también me parece bello, entonces considero que es lindo, apropiado.
	¿Cree que la tipografía es clara y apropiada para la plataforma?	Sí, bastante apropiada y bastante elegante, clásica. Y eso siempre, al hablar de este tema, creo que mantiene un ligue muy cercano, entonces me gusta.
	Con relación al logo, colores, imágenes, tipografía, ¿cree que el diseño es consistente y apropiado para las temáticas que se tratan en el medio?	Sí, mira que me gusta mucho lo que ustedes manejen en cuanto al logo y el símbolo, y son diferentes representaciones simbólicas de lo que pueden ser los reinados, de lo que son los reinados a nivel nacional, no solamente en cuanto al Concurso Nacional de Belleza, sino a otros que se encargan de exaltar productos nacionales, así que me parece muy bonito. En realidad, yo desde mi área y trabajando en este medio, son pocas las páginas que veo que se encarguen de destacar y manejar de una manera amplia los concursos que tienen otros tipos de enfoques. Así que ya de por sí que ustedes lo tengan en su logo/símbolo me parece algo bastante bueno, positivo y que logra como capitalizar ese nicho de personas que me imagino ustedes quieren dirigir su contenido.
	Preguntas	Fuente
3. Elementos que sobran	Desde su perspectiva, ¿hay elementos que podrían removerse de la página? Considere si cree que alguno no es de mucha funcionalidad, daña la estética de la plataforma, obstruye o hace más difícil la navegación, etc.	No, mirándola, no creo. Tal vez yo lo que haría, es poner solamente dos titulares en la página de inicio y utilizaría otra página un poco más larga como de noticias o de actualizaciones recientes para que la gente pueda ver un poco más de contenido que le llame la atención. Respecto a lo demás, me parece que apropiado, hablan de concursos internacionales, nacionales, el inicio. Digamos que los botones normales que hay en una página un poco minimalista. Entonces en este caso me parecen bastante apropiados.
	Preguntas	Fuente
4. Elementos que faltan	De igual manera, ¿qué elementos nuevos se podrían incluir en la plataforma para hacerla más eficiente?	Bueno, evidentemente, yo sí vincularía y haría una descripción dentro del mapa de cada uno de los certámenes que se hacen a nivel nacional con hipervínculos que remiten a los contenidos que ustedes tienen en otros portales. Por ejemplo, si ustedes van a subir una entrevista acerca de la Reina del Cacao, y la tienen en Instagram, entonces yo vincularía esos hipervínculos desde la página web para los otros medios que ustedes tiene vinculados. Igual si tiene contenido nuevo en Facebook, o tienen un podcast en YouTube, yo lo haría es crear hipervínculos con eso y que todo sea una red. Y eso genera que haya un mismo tráfico dentro de una misma red de

		contenidos digitales lo cual es muy positivo porque les va a aumentar el tráfico y les va fidelizar audiencia.
	Preguntas	
5. Concepto general	Después de haber navegado por la página, ¿cree que todos los elementos contribuyen a dar a entender que se trata de una página dedicada a periodismo sobre reinados de belleza tradicionales y folclóricos en Colombia?	Sí, total, es muy evidente. Digamos que como se maneja el contenido y el tipo de contenido que contiene cada una de las secciones se evidencia que hay un trabajo periodístico detrás y obviamente la temática como se maneja, como se muestra los links, todo lo que aparece dentro de la página web es bastante explícito a modo de que comprende y hace entender a las personas que lo están viendo de que su tema de enfoque central son los concursos de belleza.
	¿Cuál cree que es el objetivo del medio?	Como te lo mencionaba hace algunos segundos, considero que su enfoque es hacer visible, contar y hablar acerca de estos concursos de belleza que actualmente se hacen en el país incluso internacionales. En este caso, algunos exaltando los productos nacionales como la panela, el arroz, las hortalizas y diferentes otros productos. Otros que se encarga de exaltar danza nacionales, como el del joropo, el del folclor, Bambuco. Y otros que exaltan la belleza de la mujer y el uso de esta belleza en fines sociales como el Concurso Nacional de Belleza, además de los internacionales, entonces creo que ese enfoque que ustedes le quieren dar periodístico, contextualizando referente a cada concurso y haciendo contenidos digitales para cada uno de ellos es bastante apropiado, muy bueno y bastante evidente además.