



EMISORA LAUD 90.4FM ESTÉREO
UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

MANUAL DE ESTILOS

PÁGINA WEB / REDES SOCIALES

GUÍA DE USO GENERAL PARA MAQUETACIÓN WEB

INDICE

Introducción.....	2
Color	4
Fotos y logos.....	6
Normas generales de estilo.....	7
Normas generales de edición.....	14
Galerías fotográficas.....	15
Redes sociales.....	16

Uso del manual de la página web y redes sociales de la emisora LAUD 90.4FM Estéreo

Uso del manual

El objetivo del manual de estilos es normalizar la estructura de contenidos y el diseño del portal web laud.udistrital.edu.co homogenizando estilos y estructuras para facilitar la actualización y el desarrollo de la página así como de las redes sociales.

Alcance del manual

Este documento abarca sólo la página web de la emisora y el uso de las redes sociales de la misma.

El manual está ideado para ser usado por todos aquellos que aportan y hacen parte del equipo periodístico y de redacción así como todos aquellos que realizan el soporte gráfico y técnico de la Red de Datos de la Universidad Distrital no puedan o no sepan cómo generar contenido para la página web y las redes sociales.

El manual está elaborado para solucionar dudas con respecto a los problemas de maquetación, redacción, edición, etc., ofreciendo criterios lógicos y ayudando a tomar conciencia de la línea del estilo que se debe utilizar en la página y redes sociales.

Estructuración del manual

Cada una de las propuestas del manual se divide en zonas características:

Estilo: nos indica el nombre genérico que se utiliza a la hora de la maquetación web así como sus principales cualidades: tipografía, tamaño, color, etc.,

Uso: Plantea los usos correctos y los menos recomendados

Recomendaciones: son puntualizaciones del estilo que ayudan a formar una línea gráfica adecuada.

Ejemplo visual: todos los estilos descritos en el manual van acompañados de correspondiente imagen.

Usabilidad




La usabilidad de un sitio web puede definirse como la capacidad del sitio de ofrecer a un público objetivo, en este caso los oyentes, un sitio con efectividad, eficiencia y satisfacción posible en un de uso específico

-La interfaz debe acomodarse al usuario y no a la inversa

-El diseño de la página debe estar enfocado en primer lugar al público objetivo y en segundo al contenido que se maneja y publica.

Color y uso tipográfico del color

Los colores principales de la web

ROJO	NEGRO	AMARILLO
		
#FC0606	#000000	#FDF403
R 252 G 6 B 6	R 0 G 0 B 0	R 253 G 244 B 3

Esta es la relación de los principales colores de la página web, están descritos con su color hexagesimal y sus valores RGB.

Todos los textos de la página serán de color negro, exceptuando los casos en los que se incluyan determinados tipos de enlaces o notas al pie.

En la elección del color no debemos olvidar que su fin es la legibilidad tipográfica. Los textos de la página utilizan siempre tipos oscuros sobre fondos claros y nunca a la inversa.


Para obtener mayor legibilidad de los tipos se han de sopesar tres propiedades de los estilos

Color: el texto que se mide en la página con sus valores hexagesimales

Tamaño: del texto que se mide con unidades porcentuales de escala

Grosor: varía de acuerdo a la intensidad de la lectura y lo tipos de fuentes. Sus propiedades son normal, negrita o cursiva.

Otros colores de la web

GRIS	GRIS CLARO
	
#B8B6B6	#D5D4D4
R 184 G 182 B 182	R 213 G 213 B 212

Estos otros colores que aparecen en la web no se emplearán en ningún texto de la página exceptuando dentro del diseño de banners y dependiendo siempre de la sección o tema que se esté trabajando. Esta restricción corresponde a las necesidades de normalización de estilos y del uso estructurado de colores tipográficos.

Manual de estilos

Fotos y logos



EMISORA LAUD 90.4FM ESTÉREO
UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

Uso y proporción de la imagen

Los usos y tamaños principales de la imagen

La elección de imágenes con carácter tipo web han sido optimizadas en formato gif o jpg y se deben usar en el sentido horizontal.

Encontramos diferentes tamaños de la imagen

Imagen de noticia: 300x300px

Imagen de logos: 150x38px

Imagen banners: 745x300px



Imagen de noticia

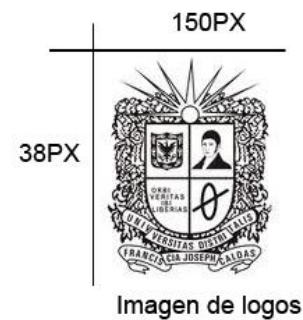


Imagen de logos



Imagen de bannes

Normas del estilo de redacción

A la hora de redactar notas periodísticas debe tenerse en cuenta algunos consejos básicos que facilitaran la maquetación de la página web y por ende la lectura de cada uno de los artículos.

1. Deben respetarse las normas básicas del idioma español y de ortografía contenidas en las obras académicas de la Real Academia Española (RAE). Si el periodista cree que ha cometido faltas de este tipo debe solicitar la revisión del texto o en su defecto usar un corrector ortográfico on line.
 - En el plano semántico se revisará con atención lo que el periodista ha escrito, especialmente aquello que tienda a malinterpretarse.
 - Se recomienda el uso adecuado de la síntesis gramatical del idioma español.
 - Se exigirá el perfecto uso de los signos de puntuación.
2. Se mantendrá un estilo único para la elaboración de las notas web independiente del tema que éstas traten.
 - Debe utilizarse la estructura básica según el modelo: titular, lead, desarrollo de la noticia y conclusión.
 - Desarrollar una idea en cada párrafo.
 - Siempre que sea posible y para más facilidad, escribir oraciones cortas separadas por puntos.
 - Redactar oraciones siguiendo su orden: sujeto, verbo y complementos
 - Evitar los circunloquios, rodeos de palabras para dar a entender algo que hubiera podido expresarse más brevemente. La oración «el rey llamó a su hermano, que acudió a la cita, y le propuso un trato» puede expresarse más concisamente como «el rey propuso un trato a su hermano» «Estos animales suelen encontrarse la mayoría de las veces en lugares aislados de la luz donde el grado de humedad es más alto de lo normal» es un circunloquio que expresa lo mismo que «estos animales se encuentran casi siempre en lugares oscuros y húmedos».

3. Incisos, comentarios y aclaraciones

- Los paréntesis (-) son usados principalmente en matemáticas y en algunas ocasiones en la redacción de textos, pero hay que evitar su uso ya que existen gran cantidad de incisos que al ponerlos entre paréntesis dificultan la lectura. En este caso estos incisos pueden ir entre comas si no es necesario. En caso de que sea realmente necesario puede ponerse un enlace que lleve al usuario a encontrar más información.

4. Títulos de las notas periodísticas

- Los títulos de las notas web deben ser por regla general en minúsculas, salvo la primera letra de la frase o aquellas palabras que por su significado lo ameriten o las reglas ortográficas así lo estimen.

Ejemplos de usos incorrectos

- MONSIEUR PERINÉ, EL SWING AL ESTILO COLOMBIANO
 - Repercusión Sobre El Planeta Tierra
 - Juan Ruiz y El Libro De Buen Amor

Ejemplos de usos correctos

- Monsieur Periné, el swing al estilo colombiano
 - Repercusión sobre el planeta Tierra
 - Juan Ruiz y el Libro de buen amor

-Los títulos deben utilizar el formato de texto como letras en negrita o cursiva

5. El uso adecuado de la mayúsculas

- En español los títulos, cargos y nombres de dignidad como: *rey, papa, duque, presidente, ministro* etc., se escriben con minúscula debido a su condición de nombres comunes.
- No se deben usar en los tratamientos deferenciales (*don, doña, señor, señora, su majestad, su excelencia, excelentísimo, su ilustrísima, su eminencia, su santidad*) si preceden al nombre propio de las personas a las que se aplica el tratamiento.

- Solo se mantiene la mayúscula inicial obligatoria en las abreviaturas de estos tratamientos cuando hayan quedado fijadas en esta forma, como en D.^a, Dra., Fr., Lic., Ilmo., Sr., Sto., Ud.
- En español, se escribe con mayúscula inicial la primera palabra del título de cualquier obra de creación: libros, películas, cuadros, esculturas, piezas musicales, programas de radio o televisión, etc. Independientemente de la longitud del título, el resto de las palabras que lo componen y que no sean nombres propios, deben escribirse con minúscula. Ejemplos: *El rayo que no cesa*, *Últimas tardes con Teresa*, *El año de la muerte de Ricardo Reis*, *Luces de bohemia*.
- Se usa cursiva para los títulos de las obras literarias y artísticas, como libros, pinturas, películas, series de televisión y álbumes musicales.

6. Las comillas son un signo ortográfico del cual se usan diferentes tipos en el español.

- Las comillas angulares, también llamadas latinas o españolas (« »),
- las inglesas (“ ”)
- las simples (‘ ’).

Ejemplos:

- En los textos impresos e informáticos se recomienda utilizar en primera instancia las comillas angulares, reservando los otros tipos para cuando deban añadirse comillas a partes de un texto ya previamente entrecomillado. En este caso, las simples se emplean en último lugar: «Antonio me dijo: “Vaya ‘cacharro’ que se ha comprado Julián”».
- Además, en obras de carácter lingüístico, las comillas simples se utilizan para enmarcar los significados: *La voz apicultura está formada a partir de los términos latinos apis ‘abeja’ y cultura ‘cultivo, crianza’.*

7. Cuándo escribir los números en palabras y cuándo mediante signos.

Se escribirán preferentemente con letras:

- Los números que pueden expresarse en una sola palabra, esto es, del *cero* al *veintinueve*, las decenas (*treinta*, *cuarenta*, etc.) y las centenas (*cient*, *doscientos*, etc.): *Me he comprado cinco libros: tres ensayos y dos novelas; Este año tengo cincuenta alumnos en clase; A la boda acudieron trescientos invitados.*

- Los números redondos que pueden expresarse en dos palabras (*trescientos mil, dos millones, etc.*): *Acudieron cien mil personas a la manifestación; Ganó tres millones en un concurso.*
- Los números que se expresan en dos palabras unidas por la conjunción y (hasta *noventa y nueve*): *Mi padre cumplió ochenta y siete años la semana pasada; En la Biblioteca de Palacio hay treinta y cinco manuscritos.*
- No es recomendable mezclar en un mismo enunciado números escritos con cifras y números escritos con letra; así pues, si algún número perteneciente a las clases antes señaladas forma serie con otros más complejos, es mejor escribirlos todos con cifras: *En la Biblioteca de Palacio hay 35 manuscritos y 135 226 volúmenes impresos, 134 de ellos incunables.*
- En textos no técnicos es preferible escribir con letras los números no excesivamente complejos referidos a unidades de medida. En ese caso, no debe usarse el símbolo de la unidad, sino su nombre: *Recorrimos a pie los últimos veinte kilómetros (no \otimes los últimos veinte km).* Cuando se utiliza el símbolo, es obligado escribir el número en cifras
- Todos los números aproximados o los usados con intención expresiva: *Creo que nació en mil novecientos cincuenta y tantos; Habría unas ciento cincuenta mil personas en la manifestación; ¡Te lo he repetido un millón de veces y no me haces caso!*
- Los números que forman parte de locuciones o frases hechas: *No hay duda: es el número uno; Éramos cuatro gatos en la fiesta; Te da lo mismo ocho que ochenta; A mí me pasa tres cuartos de lo mismo.*

Se escribirán con cifras:

- Los números que exigirían el empleo de cuatro o más palabras en su escritura con letras: *En verano la población asciende a 32 423 habitantes (más claro y de comprensión más rápida que *treinta y dos mil cuatrocientos veintitrés*).* En algunos documentos, como cheques bancarios, contratos, letras de cambio, etc., por razones de seguridad, la expresión en cifras va acompañada normalmente de la expresión en palabras: *Páguese al portador de este cheque la cantidad de veinticinco mil trescientos treinta y ocho euros.*
- Los números formados por una parte entera y una decimal: *El índice de natalidad es de 1,5 (o 1.5, en los países que usan el punto como separador decimal) niños por mujer.* También en este caso, en cheques bancarios, contratos, letras de cambio, etc., la expresión numérica suele acompañarse de la expresión lingüística: *Páguese al portador de este cheque la cantidad de mil doscientos treinta y cuatro euros con veinticinco céntimos.* El sustantivo cuantificado por una expresión numérica decimal, incluso si esta designa

cantidad inferior a la unidad, debe ir en plural: *0,5 millones de pesos* (y no ~~0,5 millón de pesos~~).

- Los porcentajes superiores a diez: *En las últimas elecciones votó el 84% de la población*. No debe dejarse espacio de separación entre el número y el signo %. Hasta el diez suele alternar el empleo de cifras o palabras en la indicación de los porcentajes: *El 3% (o tres por ciento) de los encuestados dijo no estar de acuerdo con la medida*. El símbolo % debe leerse siempre «por ciento», no ~~«por cien»~~, salvo en el caso del 100%, que puede expresarse en letras de tres modos: *cien por cien, cien por ciento o ciento por ciento* (→ [ciento, 3](#)). No debe usarse el signo % cuando el porcentaje se expresa con palabras (~~el tres %~~). Tanto si se escribe con cifras como con palabras, la expresión de los porcentajes debe quedar dentro de la misma línea: ~~3 / %, tres / por ciento, tres por / ciento~~.
- Los números referidos a unidades de medida, cuando van seguidos del símbolo correspondiente: *Madrid dista 40 km de Guadalajara; Mañana se alcanzarán los 35 °C*. No se deben escribir en líneas diferentes la cifra y el símbolo: ~~40 / km, 35 / °C~~.
- Los números seguidos de la abreviatura del concepto que cuantifican: *5 cts.* (‘cinco céntimos’), *45 págs.* (‘cuarenta y cinco páginas’), *2 vols.* (‘dos volúmenes’). No se deben escribir en líneas diferentes el número y la abreviatura: ~~5 / cts.~~
- Los números pospuestos al sustantivo al que se refieren (expresado o no mediante abreviatura), usados para identificar un elemento concreto dentro de una serie: *página 3* (o *pág. 3*), *habitación 317* (*ohab. 317*), *número 37* (o *núm. 37*), *tabla 7*, *gráfico 15*, etc.

8. Notas musicales

- Los nombres de las canciones van siempre «entre comillas españolas» o "entre comillas inglesas". Ejemplo: «What You Waiting For?» o "Hollaback Girl".
- Los nombres de los álbumes van siempre en *cursiva*. Ejemplo: *Back in Black*.
- Los nombres de los géneros musicales van en minúscula y en español (en caso de que exista). Ejemplo: rock alternativo en lugar de alternative rock. Géneros que no tienen traducción son, por ejemplo: thrash metal, groove metal o art rock.
- Los nombres de las bandas y grupos van en mayúsculas pero sin comillas ni cursivas. Además, nunca se traducen. Ejemplo: Forbidden (incorrecto: *Prohibido*)
- Los nombres de canciones y álbumes en español van siempre en minúsculas excepto la primera letra de su primera palabra. Ejemplo: «La balsa». Para

canciones o álbumes en otro idioma, al no haber llegado a un consenso, se deja a elección del creador del artículo.

9. Sugerencias para redacción de textos de opinión

- Reunir los datos necesarios para justificar y fundamentar las opiniones sobre el tema.
- Anotar, junto con los datos, las fuentes correspondientes.
- Determinar la opinión: Precisar lo que se quiere decir a los lectores sobre el tema. Para ello, redactar la tesis u opinión central. Puede expresarse en una oración declarativo e incluso puede ocupar todo un párrafo. En uno u otro caso, es preciso que haya un sujeto y un predicado.
- Determinar la estrategia argumentativa. Para ello:
 - a) Elaborar un esquema en el cual se establezcan el orden y la jerarquía de las ideas, de la información y de los posibles ejemplos.
 - b) Utilizar las técnicas de la persuasión. En el caso de los artículos periodísticos argumentativos son las siguientes:
 - Ganarse la confianza de los lectores y atraer su interés. Mantener esa confianza mediante el manejo serio y veraz de la información, así como con el fundamento sólido de las opiniones.
 - Exponer clara y sencillamente las opiniones.
 - Manejar con discreción la información. Preferir pocos datos contundentes que mucha información.
 - Manejar una sola idea y desarrollarla cabal y brevemente. Las pocas palabras y la precisión impactan más que muchas palabras. El abuso en las explicaciones más que aclarar, confunde.
 - Cuando el propósito es probar o defender una tesis, caso del artículo de fondo, es recomendable para darle mayor fuerza persuasiva al artículo, considerar el contra argumento probable y descalificarlo.

10. Tiempos verbales y expresiones temporales

- Debe evitarse el uso de expresiones relativas al *momento presente* («hoy», «ahora», «actualmente»...) o que tomen al presente como referencia («en los últimos tiempos», «recientemente», «este año», «el año pasado», «hace unos meses»...), ya que cuando el lector futuro las lea e interprete en función de su propio presente, perderán su sentido. En su lugar debe indicarse una fecha concreta, y adicionalmente, si se puede estimar en qué fecha será necesaria una actualización de ese dato, es muy recomendable insertar la plantilla *actualizar* indicando dicha fecha (p. ej. {{actualizar|2020|10|30}}), para

que al llegar la misma aparezca una nota y una categorización que avisen de la necesidad de dicho cambio.

11. Recomendaciones finales.

- Cuando el artículo tenga más de cuatro o cinco párrafos largos, es recomendable que esté dividido en secciones.
- Para más interactividad con el lector web, se deben usar hipervínculos que amplíen la información de la nota periodística.
- Todo el texto debe ir en Arial 12.
- El lead de la nota debe ir en cursiva y sin centrar
- Titulares máximo de 1 línea
- Las fotos de la notas deben ir con su respectiva fuente al igual que las notas que lo ameriten
- No se recomienda el copy-page de noticias de otros medios o de comunicados de prensa.
- La entrega de notas a partir del próximo año serán vía correo electrónico y deben firmar la bitácora tan pronto el responsable de subir la nota la tenga en su correo.
- Cuando se hable de la emisora se debe escribir el nombre completo en mayúsculas, es decir, LAUD 90.4FM ESTÉREO
- Cuando un evento deba ser publicado en la página web con un banner la información de este debe hacerse llegar máximo una semana antes del evento.

Normas de edición

De acuerdo a las reglas generales planteadas por la dirección de la emisora se acordó lo siguiente:

- Los audios de las entrevistas deben ser editados por los operadores de cada programa incluyendo el pisador de LAUD al inicio y al final y debe tener en cuenta los siguientes parámetros:
 - a. El audio debe estar en mp3
 - b. Se debe guardar en baja calidad con una frecuencia de muestreo de 11hz
 - c. No debe pesar más de 15MB

- Cada coordinador de programa debe entregar un título y lead de la entrevista realizada en su programa que no supere las 5 líneas, éste debe ir en cursiva, negrilla y Arial 12. Excepto Revista de la mañana que debe ir acompañado de una fotografía con su respectiva fuente. (Sujeto a cambios)

Galerías fotográficas para página web

De acuerdo a lo planteado por la dirección de la emisora habrá un periodista responsable del cubrimiento fotográfico de los eventos.

- Se debe escoger mínimo 10 fotos y máximo 100 fotos por evento.
- Se deben entregar en medio magnético una carpeta con el nombre que va a llevar la galería y una descripción de 3 líneas del evento.
- Cada una de las fotos deber ir en un tamaño de 700x700px y con su nombre respectivo.
- Dentro de la selección de fotos para subir a la página no se deben incluir las fotografías donde el periodista este posando o no tenga chaqueta. Excepto esté realizando una entrevista.
- El periodista que esté encargado del cubrimiento fotográfico, sólo se dedicará a ese trabajo por lo cual debe estar disponible para los demás periodistas en caso de que se necesite una foto.
- Se le entregará la cámara cargada, por consiguiente debe entregarla en el mismo estado.

Colombia al Parque

(Clonar)



AL SON DE LA REVUELTA.



BORDON LIBRE



BORDON LIBRE



BORDON LIBRE EN CAMERINO.



COLOMBIA AL PARQUE EN LA MEDIA TORTA.



COLOMBIAFRICA.



EDUARDO GONZALEZ VOZ Y BAJO PUERTO CANDELARIA.



EL SON DEL PUEBLO.



EYELE



EYELE



EYELE EN ENTREVISTA PARA LAUD.



FAOBA EN ENTREVISTA PARA LAUD.



FAOBA.



GRUPO DE DANZA



GRUPO DE DANZA



GRUPO DE DANZA

Unificación de redes sociales

Las redes sociales facilitan el acercamiento de los oyentes con cada uno de los programas por lo consiguiente se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones.

- Se debe escribir siempre en minúscula.
- Cada uno de los realizadores de programas deben escribir lo está pasando en el mismo.
- Cuando se quiera recomendar un artículo o un video musical se debe escribir con anterioridad que es recomendado.
- Recordar que todo lo que se publica en Facebook sale en Twitter, por consiguiente no se puede eliminar. Y es recomendable no escribir más de 170 caracteres.
- No se deben poner “Me gusta” a ningún comentario de los oyentes.
- Las respuestas a los comentarios de los oyentes las hará exclusivamente el director de la emisora, excepto si el comentario fue realizado durante algún programa y el periodista tenga la respuesta.
- Todos los que están como administradores de la página de Facebook están en la capacidad de actualizar o escribir algún tipo de información durante el día.