

**HÁBLATE: PRODUCCIÓN EDITORIAL DE UNA REVISTA DONDE SE
VISIBILICE LA PRODUCCIÓN ACADÉMICA, CREATIVA Y CULTURAL
DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.**

**HÁBLATE: PRODUCCIÓN EDITORIAL DE UNA REVISTA DONDE SE
VISIBILICE LA PRODUCCIÓN ACADÉMICA, CREATIVA Y CULTURAL
DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.**

CLAUDIA GÓMEZ LIÉVANO

FRANCISCO MERLANO FLOREZ

SERGIO NIEVES MARMOL

EDGAR ALEJANDRO DURANGO

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C.

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

X SEMESTRE

2017

**HÁBLATE: PRODUCCIÓN EDITORIAL DE UNA REVISTA DONDE SE
VISIBILICE LA PRODUCCIÓN ACADÉMICA, CREATIVA Y CULTURAL
DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.**

CLAUDIA GÓMEZ LIÉVANO

FRANCISCO MERLANO FLOREZ

SERGIO NIEVES MARMOL

EDGAR ALEJANDRO DURANGO

TRABAJO DE GRADO DIRIGIDO POR:

WINSTON MORALES CHAVARRO

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C.

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

X SEMESTRE

2017

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8- 13
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	
1.2 PREGUNTA PROBLEMA	
2. OBJETIVOS.....	14
2.1 OBJETIVO GENERAL	
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	
3. JUSTIFICACIÓN.....	15- 18
4. MARCO ANTECEDENTES.....	19- 41
4.1 ANTECEDENTES	
4.2 REFERENTES CONCEPTUALES	
5. MARCO LEGAL.....	42- 46
6. METODOLOGÍA.....	47- 50
6.1 TIPO Y CONTEXTO DE INVESTIGACIÓN	
6.2 TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
6.3 POBLACIÓN	
6.4 INSTRUMENTOS	
6.4.1 Google formulario - Encuesta	
6.4.2 Entrevista	

6.4.3 Análisis de documentos

7. INFORME DE RESULTADOS.....51- 61

7.1 PRODUCTOS HECHOS EN CLASE

7.2 PRODUCCIÓN REVISTA HÁBLATE

8. CONCLUSIONES.....62- 66

9. REFERENCIAS..... 67- 70

ANEXOS

RESUMEN

Las revistas universitarias son una plataforma de visualización para los trabajos y proyectos realizados por estudiantes, dentro de los programas y facultades académicas. Estos espacios les permiten desarrollar sus habilidades y afianzar los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera. El presente trabajo propone la creación de una revista universitaria encaminada a la visualización de los procesos creativos, propuestas artísticas y académicas de los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Palabras Claves: Comunicación, Investigación, Creación, Contenidos, Academia, Cultura, Educación, Visibilización, Proyección.

ABSTRACT

The university magazines are a platform of visualization for the works and projects realized by students, within the programs and academic faculties. These spaces allow them to develop their skills and strengthen the knowledge acquired during the course of the race. The present work proposes the creation of a university magazine aimed at the visualization of the creative processes, artistic and academic proposals of the students of the program of Social Communication of the University of Cartagena.

Keywords: Communication, Research, Creation, Contents, Academy, Culture, Education, Visibility, Projection.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación son mecanismos de transformación social muy poderosos. En el caso concreto de las universidades, se presentan como una herramienta de construcción y cambio individual e institucional. Encontramos que en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena existen diferentes medios de información creados por el Programa, los cuales permiten la participación de los estudiantes en espacios como: la radio, televisión, medios digitales e impresos. Sin embargo, la creación de un medio hecho por estudiantes para la comunidad académica donde se visibilicen los contenidos elaborados en las aulas, no se ha centralizado de forma específica mediante un producto del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena. Bien lo afirmaba Castro Forero Fabio (2015) en *Publicación Librera*, donde decía: “Las revistas universitarias deberían ser un foro de diversidad, de enfoques, de ideas y de saberes que se encuentran y charlan como si de un gran bazar se tratara”. (*Castro Forero Fabio, 2015, p. 2*).

Según la Cámara Colombiana del Libro y la cobertura de registros de ISBN (2015) por agente editorial, de las universidades en Colombia existen 3.634 títulos registrados que equivalen al 20,5% de participación de registros, eso arroja una participación acumulada del 59,5%”.

Indicadores de cobertura.

En Colombia existe una red de universidades denominada “Red de Creativos”, la cual está conformada por las facultades de Comunicación Social de las Universidades Jorge Tadeo Lozano y su producto o revista “El Taller”, la Universidad Javeriana de Cali con “Pasá la Voz”, la Universidad de Boyacá con “Unipretexto” y finalmente la Universidad de Manizales con su revista “Páginas”. Claramente dentro de esta red de universidades no existe un miembro representante ya sea de facultades o programas de comunicación social de la costa caribe colombiana, por tal motivo se puede inferir que la poca visibilización de los productos digitales o impresos de participación de las comunidades universitarias no es una falencia exclusiva de la Universidad de Cartagena, sino de la región.

Dentro de los medios impresos y digitales existentes de universidades de la Región Caribe se encuentran: la Universidad del Magdalena con dos revistas, la primera llamada “Jangwa Pana” publicada semestralmente y otra llamada “Praxis” de publicación anual, ambas indexadas. Así mismo la Universidad Autónoma del Caribe cuenta con una revista de ciencias sociales y humanas llamada “Encuentros” y finalmente la Universidad del Atlántico con cuatro revistas “Cuadernos de Literatura del Caribe”, “Regard”, “Amauta”, e “Historia Caribe”. Ninguna de las anteriores pertenece al programa de comunicación social y todas son indexadas.

En el caso de la Universidad de Cartagena, existen varias publicaciones seriadas, sin

embargo ninguna pertenece al programa de Comunicación Social y Periodismo; existe el registro de una revista de un pliego, creada por Carlos Ospina Bozzi quien fuera el primer comunicador social contratado por la Universidad de Cartagena en enero de 1985:

En el mes de enero de 1985, con la contratación del primer comunicador social en la Universidad de Cartagena, surgió la idea de fundar un medio de comunicación breve que sirviera de instrumento para agilizar las relaciones de la rectoría con la comunidad universitaria. En efecto, el comunicador Carlos Ospina Bozzi (q.e.p.d.), haciendo eco a los deseos del rector Luis H. Arraut Esquivel, propuso la edición de una hoja de pliego. (Sara Marcela Bozzi, 2012, p 1).

Otro referente que encontramos en la Universidad de Cartagena es la revista “Palabra” indexada y meramente académica de las ciencias sociales. Esta revista a pesar de pertenecer a la Facultad de Ciencias Sociales y Educación, dentro de sus publicaciones no cuenta con la participación activa de los estudiantes del programa de Comunicación Social, debido a que según el criterio de sus editores: ***“no cumplen con los ideales y criterios en temas necesarios para publicar en dicho seriado”***. Caballero Franco Carolina, (s.f).

Adicionalmente la Universidad de Cartagena cuenta con una página web en la que la información acerca del programa de Comunicación Social, se limita a dos entradas donde se muestra el pensum del programa académico, y la segunda tiene la visión y misión del

programa. Es decir que no existe dentro de los links o hipervínculos dispuestos para el Programa de Comunicación Social un espacio para visibilizar los proyectos, trabajos, premios, novedades o resultados, tanto de los profesores como del estudiantado del Programa.

Por lo tanto, si existen medios impresos y digitales dentro de la universidad de Cartagena, dispuestos para un contenido netamente investigativo, aun no hay uno perteneciente exclusivamente para el programa de Comunicación Social y menos aún uno cuyo contenido sea de índole creativa, artística y cultural.

Así pues, se hace necesario la creación de un espacio, que no sea exclusivo para la publicación de artículos científicos, sino un espacio que permita a la universidad a través de su programa de Comunicación Social, la visibilización de las diferentes actividades culturales y de índole creativa que realicen sus estudiantes, escritos de opinión, reportes, perfiles, cuentos, poemas, entre otros. Esto con el fin de promover el desarrollo del potencial de los estudiantes de Programa de Comunicación Social para generar contenidos en una publicación institucional.

Entonces ¿Cómo puede visibilizarse el trabajo de los estudiantes y del Programa de Comunicación Social? Ante la ausencia de divulgación de información y visibilización de la producción académica de los estudiantes de Comunicación, se propone la creación de una revista semestral para el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena,

Este proyecto es una iniciativa de estudiantes para la comunidad universitaria, donde se crea el espacio que impulsa a desarrollar y visibilizar la divulgación de información, producción académica, cultural, creativa y artística mediante un producto comunicacional del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Cartagena.

1.2 PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo se puede visibilizar la producción académica y creativa de los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Diseñar y publicar una revista impresa que visibilice la producción académica, creativa y cultural de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los intereses de los estudiantes en cuanto a los contenidos potenciales que puede llevar la revista.
- Clasificar los tipos de productos realizados por asignatura en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.
- Conformar el comité editorial encargado de coordinar los contenidos para la revista universitaria.
- Diseñar piloto de revista.

3. JUSTIFICACIÓN

La creación de una revista en la que se presenten escritos producidos en el aula, ofrece una oportunidad al programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, para mostrar las aptitudes del estudiante de comunicación y el nivel académico del programa en representación de la institución. De igual forma, contribuiría con los procesos de fortalecimiento en la calidad de educación, tales como la autoevaluación y acreditación institucional, debido a que a través de los contenidos de la revista, se podrá ver reflejada la articulación del trabajo docente y la investigación.

Este proyecto abrirá canales de comunicación que visibilicen las distintas producciones académicas hechas por estudiantes y docentes. Convirtiéndose en un medio en el que se brindará la posibilidad de dar a conocer ideas, posiciones y conocimientos, así como la oportunidad para el estudiante, de aprender en la práctica.

Así mismo la comunicación entre quienes componen la institución dejará de ser unilateral, convirtiéndose en una serie de diálogos, de cuestionamiento interno y externo en permanente desarrollo de la autonomía individual, la crítica analítica y consciente sobre la institución misma. Este medio proporciona una forma de renovar y enriquecer el proceso de

enseñanza y desarrollo de las habilidades y competencias del estudiante.

La divulgación de los productos realizados por los estudiantes es importante, hacer accesible las ideas y trabajos al público en general y a los propios estudiantes de la facultad, es una iniciativa extracurricular que beneficia los procesos curriculares; es un campo de entrenamiento de aptitudes comunicativas que favorecen y facilitan los compromisos de los universitarios que participan en ella. Además con la distribución de la revista se denotarán los procesos académicos del Programa de Comunicación Social.

Al crear un medio en el cual la participación del estudiante sea una parte vital, también favorece al sentido de pertenencia y compromiso del educando con su institución, haciendo parte del engranaje que pone en marcha el mejoramiento del proceso educativo. Podremos observar el surgimiento de líderes de opinión que serán los futuros agentes del cambio en la sociedad, convirtiendo un medio universitario en un espacio, donde se aprende mutuamente.

¿Por qué una revista impresa y no digital? Se debe tener en cuenta que una revista impresa y una revista digital solo guardan relación en cuanto a las distintas maneras de diseñarse. Así mismo, el tratamiento y la organización de los productos tanto textuales como visuales es completamente distinto, de igual forma la periodicidad, y la distribución hacia sus lectores. Cada una tiene sus ventajas y desventajas, como la masificación de su contenido, y lo efímero que pueden llegar a ser en sus medios.

Estas características obligan a realizar cambios profundos en las estructuras del diseño y distribución, como de su comunicación, por esto cada una generaría una relación distinta con el lector.

Las revistas son creadas con el objetivo de mantener, a través de su contenido y diseño editorial, una relación intelectual entre esta y sus lectores. Se optó por realizarla de forma impresa por las siguientes razones:

1. La periodicidad de la revista: Se trabajará con material recopilado de las materias de comunicación social por semestre; es decir, la publicación sería dos veces al año por lo tanto no funcionaría en el ámbito digital. Las columnas se perderían en todo el mar de información que ofrece la red volviendo poco llamativo el contenido.

2. Material publicable: La mayoría de textos, columnas, y exposiciones están hechas para ser publicadas en medios impresos, principalmente por el lenguaje que manejan. Además de la atemporalidad de los temas en las columnas tratadas ya que no se trabajan noticias en tiempo real. Un medio digital exige inmediatez. Las revistas digitales tienen contenidos audiovisuales, imágenes, sonidos, hipertexto, en su mayoría cosas que muchos de los trabajos en el aula no manejan. Lo harían menos atractivos para el público digital.

3. Diseño: Un medio digital permite un sin número de formatos para trabajar la información, sin embargo la estructura debe ser similar en cada categoría puesto que se volvería confuso si desde la interfaz no se determinara el tratamiento que se le va a dar a toda la revista, cosa que no sucede en lo impreso, ya que en este medio se puede variar con la organización de colores, de las imágenes y del texto sin perder la armonía de la revista o sin que esta se vuelva confusa.

4. Público: El público principal es el estudiantado de la universidad, son muy pocos los que tienen acceso a un computador como primera instancia; está el hecho para estimular la el gusto por la adquisición de libros o revistas impresas, y más si son productos realizados por ellos mismo. Por lo tanto realizarla impresa sería una forma de crear el compromiso por una marca, en este caso por la revista. La compenetración sería distinta que con una revista digital.

5. Aprendizaje en un medio real: Las revistas impresas te permiten vivir toda la experiencia de maquetación, diseño, y edición, desde la parte física, como de los materiales publicables, mientras que la digital puede trabajar sobre formatos ya estipulados, un editor, y los columnistas, la parte del comité editorial se perdería. Igualmente desde la organización de tiempos, la creación del comité, la escogencia del diseño, papel, colores, temas de la edición y la realización del plan de trabajo permiten el aprendizaje real.

En conclusión, a pesar de que el formato tanto digital como el impreso tienen el objetivo

de ejercer una buena comunicación, logra armonizar, en mayor medida con el medio impreso, puesto que su manera de interactuar con el lector es más penetrante, dinamizadora, comunica de manera más efectiva y clara los contenidos de la revista a un público objetivo como el estudiantado.

4. MARCO DE ANTECEDENTES

4.1 ANTECEDENTES

Cuando se habla de revistas universitarias en América Latina y Colombia se encuentra una fuente reducida para reseñar. Las revistas impulsadas en las Universidades por los estudiantes son una dinámica relativamente nueva, la iniciativa más antigua data desde hace más o menos 20 años, y en la mayoría de los casos es un trabajo hecho por Universidades privadas.

Sobresale en Latino América la Revista Digital Universitaria, conocida también como RDU de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México).



La revista surgió en la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC, antes DGSCA) de la UNAM, con el objetivo de publicar artículos de investigación trimestralmente, pasando a ser publicada mensualmente. De esta forma, muchos autores de la ciencia y la tecnología usan este medio como plataforma para compartir sus conocimientos a México además de los estudiantes. Revista Unam. (2016)

Revista Digital Universitaria: origen y evolución de un experimento digital. (p, 5).

Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.16/num3/art17/>

En Colombia en el caso de las revistas universitarias el mercado es casi inédito, hasta el momento no existen muchas revistas de comunicación social no indexadas, que sirvan efectivamente como plataforma de visualización de la producción académica de sus estudiantes y que hayan sido impulsadas por estos mismos.



Sin embargo encontramos en el plano nacional muestras que ayudan a comprender la importancia de esta plataforma como escenario de prácticas y evaluación académica que son de gran aporte para la formación de profesionales integrales en el campo del periodismo.

En el año 2008 fue presentado al programa de Comunicación Social de la Universidad EAFIT de Medellín, el proyecto: Revista Digital Pregrado En Comunicación Social Universidad EAFIT (BITÁCORA). Con la finalidad de Servir como laboratorio de práctica en el que los estudiantes del pregrado en Comunicación Social de la Universidad EAFIT desarrollen sus habilidades periodísticas y narrativas.

La investigación es un estudio sobre la importancia de construir un modelo pedagógico propio para la enseñanza del periodismo, que pueda explorar los niveles y alcances tanto de los estudiantes del pregrado de Comunicación Social de la Universidad EAFIT en sí como del modelo pedagógico que subyace a ellos.

Juan Gonzalo Betancourt, directivo de la revista Bitácora el proyecto argumenta que:

Se concentró en mayor medida en el componente de la práctica del periodismo, por medio del cual se permite acercarse al mundo de los géneros periodísticos, la investigación en este campo, la producción de prensa, ofrecer a los estudiantes la oportunidad de vivir el trajín, el rodaje y el trabajo cotidiano de un medio de comunicación real, desde la concepción de las asignaciones periodísticas hasta la interacción con los lectores a través de las opiniones sobre los artículos publicados. Juan Gonzalo Betancourt (comunicación personal, 3 de junio, 2017)

El proyecto tuvo como objetivo brindar espacio de práctica profesional a los estudiantes del programa que ayude a garantizar la formación de profesionales integrales, además mostrar el trabajo que realizan la Universidad EAFIT y su programa de Comunicación Social en la formación de los nuevos comunicadores y periodistas digitales que requiere el país.

Los contenidos de la Revista Bitácora dejan ver en el tratamiento periodístico, su pluralidad y la inclusión de los diferentes sectores de la sociedad, con investigación profunda y veraz que muestran la ciudad que cada uno de los estudiantes-reporteros ve, percibe e investiga. “En la investigación y procesamiento de la información estos **estudiantes-reporteros**, orientados en todo momento por sus **profesores-editores**, buscan presentar los hechos no como un simple relato frío y escueto, sino dentro del contexto que los explica.” Política Editorial, (2015), Nuestra apuesta informativa, recuperado de: <http://bitacoraeafit.com/politica-editorial/>

La Revista Bitácora publica entonces trabajos escritos, fotográficos, audiovisuales y multimediales en todos los géneros periodísticos, bajo estos 10 criterios: Veracidad, Transparencia, Honestidad, Investigación, Contraste de fuentes, Rigor periodístico, Contexto, Sentido crítico, Valoración de la pluralidad ideológica, Inclusión de diferentes sectores y actores sociales.

La revista Lexicalia por su parte tiene origen hace 4 años, cuando un grupo de estudiantes de Lic. En Literatura de la Universidad del Valle en Cali, presentara el proyecto de una revista estudiantil como trabajo de grado, a raíz de una inquietud por crear un espacio para los estudiantes, hecho por los estudiantes y que este espacio repercutiera en ámbitos distintos a los meramente académicos. “Se buscaba construir un lugar donde se pudiera difundir las creaciones de los estudiantes del programa de Lic. En Literatura y sirviera como medio para forjar comunidad y un punto de encuentro para los estudiantes”. Universidad del Valle, Escuela de Estudios Literarios, (s,f),

Revista Estudiantil Lexikalia. Recuperado de:

<http://estudiosliterarios.univalle.edu.co/publicaciones-escuela/revista-lexikalia>



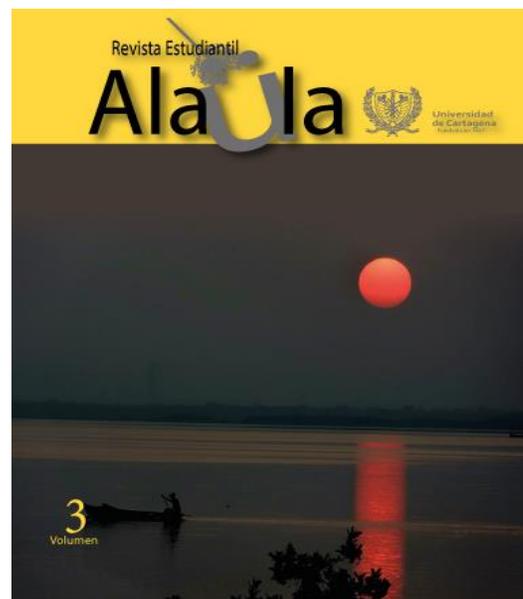
Su huella ha quedado en 8 ediciones y más de 225 artículos entre poemas, crónicas, cuentos, ensayos, entrevistas, fotografías, reseñas, epistolar y artículos de opinión. Por sus páginas han circulado más de 150 escritores y artistas. En la actualidad cuenta con un tiraje de 600 ejemplares, además:

Una de las metas primordiales que ha tenido el comité editor desde la fundación de la revista, ha sido contar en cada publicación con un escritor reconocido nacional, o internacional, para consolidar el proceso de cara a un público que no tiene en el imaginario una revista de estas características. Hasta la fecha Lexikalia ha contado con el poeta Juan Manuel Roa. Una vez en el primer número, Alberto Salcedo Ramos en el

segundo, Carolina Sanín en el tercero y Ricardo Silva Romero, en el cuarto. Y esperan contar con la escritora de Literatura infantil y juvenil Yolanda Reyes para el quinto número. Universidad del Valle, Escuela de Estudios Literarios, (s,f), Revista Estudiantil Lexikalia. Recuperado de: <http://estudiosliterarios.univalle.edu.co/publicaciones-escuela/revista-lexikalia>

El lenguaje, los temas de interés y el enfoque de Lexicalia, la hacen el medio idóneo para formar y motivar a cientos de estudiantes del programa de Lic. en Literatura de la universidad del valle, así como informar y deleitar a toda la audiencia lectora de revistas literarias en la región y en el país.

La revista Lexicalia es uno de los antecedentes que más semejanzas tiene con nuestro proyecto de revista estudiantil Háblate, pues:



Uno de los rasgos distintivos de la revista ha sido conjugar literatura e ilustración (palabras e imágenes) con el fin de darle una identidad única y contundente a la publicación. De ahí que cada texto publicado haya sido ilustrado y que el ilustrador tuviera total libertad para realizar dicha ilustración. Gracias a esta mezcla, la revista ha adquirido una identidad estética que ha ido creciendo y fortaleciéndose a lo largo de su ya

octavo número publicados. Universidad del Valle, Escuela de Estudios Literarios, (s.f),
Revista Estudiantil Lexikalia. Recuperado de:
<http://estudiosliterarios.univalle.edu.co/publicaciones-escuela/revista-lexikalia>

En Cartagena, más exactamente en la Universidad de Cartagena está la revista Alaüla, un medio de comunicación local hecha por estudiantes del programa de Historia que surgió en el año 2012. Esta revista estudiantil: *“Es un proyecto académico de carácter científico-cultural que tendrá en cuenta los diversos perfiles del estudiante. Ésta tiene como finalidad mediar el proceso de fortalecimiento académico ya que es un espacio para conocer, debatir e identificar tesis que permitan compartir experiencias”*. Revista Estudiantil Alaüla, núm. 3 (2015), Revista Estudiantil Alaüla. Recuperado de: <http://ojs.udc.edu.co/index.php/alaula>

La iniciativa nace tras un proceso de investigación sobre revistas estudiantiles nacionales y de Latino América, que buscaba saciar la necesidad de tener un espacio donde los estudiantes pudieran publicar trabajos académicos de los distintos semestres o trabajos de monografías de grado para ser compartidos con la sociedad en general, liderada por los estudiantes del programa de Historia.

Según Mauricio Morelo, estudiante de X semestre del programa de Historia y Director de la Revista Alaüla, el programa de historia a través de su presupuesto costea los gastos de

edición e impresión de la revista, la cual circula anualmente con ejemplares gratuitos que se entregan personalmente en la Universidad de Cartagena.

Otro gran ejemplo es la Revista Estudiantil Espejo, fundada por estudiantes de Lingüística y Literatura de la Universidad de Cartagena en el año 1993, estudiantes que hoy son docentes del mismo programa. La revista busca constituirse en punto de encuentro de diversas miradas enfocadas desde las artes, la literatura, la lingüística y la filosofía, propiciando espacios para la creación, la reflexión y la investigación.

Tiene una periodicidad anual, y es conocida por haber establecido un modelo particular y novedoso en la Universidad de Cartagena, es una de las más antigua y más equilibrada.

La revista Espejo inició financiada por los mismos estudiantes, quienes por medio de la venta de sus ejemplares recolectaban fondos para darle continuidad. Hoy día la dirección del programa de pregrado en Lingüística, dada la necesidad y el valor agregado que tiene como parte del mismo, es quién se encarga de su financiación.



La revista es el escenario ideal para publicitar y visualizar todo tipo de contenidos, gracias a su característica de categorizar a sus lectores según sus intereses específicos. Así mismo, logra cercanía por parte de quienes consumen el contenido de su agrado. En el caso de las revistas universitarias estimula el sentido de pertenencia del estudiante por su institución.

El mercado es, en su mayoría, inédito en el ámbito de las revistas universitarias. En la costa Caribe colombiana, la conexión entre estudiantes, universidad y sociedad es endeble en la medida que las revistas de Comunicación Social, no indexadas, fallen como medio efectivo en la visualización de la producción académica de sus estudiantes, ya que la mayoría son indexadas y con un enfoque institucional.

Por eso nace la propuesta de la revista Háblate, que en todo caso busca abrir canales de comunicación donde se visibilicen las distintas producciones académicas hechas por estudiantes y docentes. Convirtiéndose en un medio en el que se brindará la posibilidad de dar a conocer ideas, posiciones y conocimientos, así como la oportunidad para el estudiante, de aprender en la práctica.

4.2. REFERENTES CONCEPTUALES

Según la definición de la Real Academia Española (RAE, 2016), expresa que:

Una revista, magazine (por su denominación en inglés) o magacín es una publicación periódica, generalmente financiada por publicidad o por los lectores, que es editada por años y que entrega datos útiles sobre el clima, las comunicaciones, literatura, la población y otros temas informativos. Su finalidad es amenizar el ocio de los lectores, y entretener en algunos casos dependiendo del tipo de revista. Se puede partir como un inicio de estas la aparición de publicaciones periódicas que no fueron solamente informativas, sino también en forma de almanaques; es decir publicaciones que hayan incorporado a sus páginas una variedad de lecturas. *(p.18)*

El Capítulo 1 del documento “La Revista” en su título: La historia de la revista (s.f) nos dice que:

En primera instancia las revistas surgen como una variante moderna del periódico, en términos de hoja de información que solían repartirse en forma exclusiva a políticos o burgueses por su costo elevado en Inglaterra a principios del siglo XIX.

La revista también emerge de la invención de la reproducción fotográfica, y la imprenta al final de la primera guerra mundial, pero no es hasta 1900 que la revista empieza a introducir el estilo gráfico como característica individual, ya que en un principio con el inicio de la revolución industrial, el editor sólo se preocupaba por los medios de reproducción y distribución, haciendo a un lado la composición y la dinámica editorial. (p.39)

Desde principios del siglo XVIII hasta la actualidad los elementos básicos en la estructura de las revistas académicas son casi los mismos (ver Figuras 1 y 2).

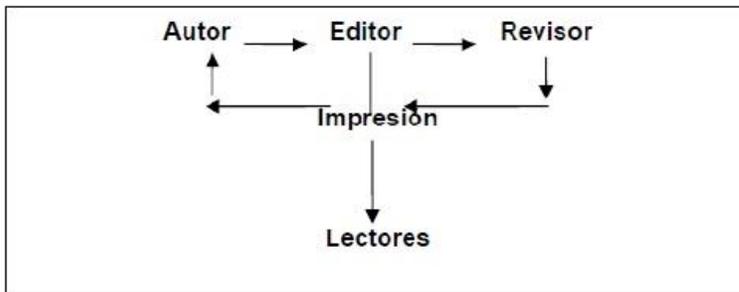


Figura 1. Modelo clásico de las revistas impresas (Turoff y Hiltz, 1981)

Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005, Número 43. Un intento por definir las características generales

de las revistas académicas electrónicas. (Figura) recuperado de

<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>



Figura 2. Estructura actual del proceso editorial de las revistas (Barrueco, 2000)

Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005, Número 43. Un intento por definir las características generales

de las revistas académicas electrónicas. (Figura) recuperado de

<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

Como se puede observar pocos elementos del proceso editorial han cambiado. Ambos muestran una estructura similar por la presencia del autor, editor, fase de revisión y lectores. La expansión de comunicación editorial todavía no estaba consolidada.

La revista ha sido a través de la historia, el inicio de movimientos sociales y artísticos, también en ella se han manifestado grupos propagandísticos y comerciales; integrantes que desprestigian su popularidad u opcionalidad dentro del mundo impreso literario.

Esta ha revolucionado en su contenido, en su esencia, en su diseño y hasta en su nombre; cada acontecimiento trazado por el hombre se ha publicado en sus páginas; es, sin lugar a dudas, la manifestación de un estilo de vida.

Una de las primeras revistas fue una publicación alemana: "*Erbauliche Monaths-Unterredungen*" (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668. Pronto surgieron otras revistas que se fueron conociendo periódicamente en otros países como: Francia, Inglaterra e Italia.

En Colombia la revista aparece gracias a los intelectuales y literatos que a finales del siglo XIX y principios del XX comprendieron la importancia de transmitir la información cultural por vías diferentes a las habituales. Sin embargo sus primeros intentos fueron fallidos. La revista finalmente empieza a tomar fuerzas después de la independencia. Bogotá, como capital del país, fue el lugar donde más se publicaron revistas, no obstante, en ciudades como Barranquilla, Cali y Medellín, también existieron publicaciones de gran relevancia..

En el apartado Las Revistas en Colombia (r.f) de la biblioteca virtual de El Banco De La República se manifiesta que:

Un caso concreto de esto es Barranquilla, que a comienzos de siglo XX, con la revista *Voces*, pública desde agosto de 1917 hasta abril de 1920 gracias a la

bonanza económica que se vivía y que se evidencia en la gran cantidad de pauta publicitaria que aparecía en la revista y que la ayudó a salir adelante (p, 5).

Siendo así la publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta. Debido a la gran expansión de la televisión y los medios audiovisuales. Es importante señalar que las revistas tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos, hoy en día es uno de los medios escritos más vendidos y utilizados.

Por lo tanto independientemente del objetivo general que las caracteriza, las revistas cumplen varios propósitos: a) comunicar y difundir información; b) legitimar, almacenar y llevar el registro del conocimiento; c) publicar resultados de investigación (Guédon, 1994; Barrueco, 2000).

CLASIFICACIONES DIVERSAS DE REVISTA:

Para definir las características de una revista es necesario revisar las diferentes y variadas opiniones respecto a la clasificación de las revistas. Robert A. Day (1998) divide a las revistas en tres niveles representados en la siguiente tabla:

Revistas de primer nivel.	Son editadas y publicadas con el respaldo de sociedades o asociaciones científicas reconocidas por la comunidad internacional; son aquellas que generalmente cuentan directamente con las cuotas de sus socios, lo que permite que los costos de suscripción no sean elevados y tengan mayor presencia.
----------------------------------	---

<p>Revistas de segundo nivel.</p>	<p>Son editadas, publicadas y comercializadas por grandes compañías trasnacionales. Este tipo de revistas adquieren prestigio porque cuentan con el respaldo de grandes compañías como Elsevier, Pergamon Press, entre otras; sin embargo, sus costos de suscripción son altos, por lo que no tienen gran circulación.</p>
<p>Revistas de tercer nivel.</p>	<p>Son editadas y publicadas por instituciones públicas, tales como universidades, museos, hospitales, por mencionar algunos. Este tipo de publicaciones generalmente presentan diversos problemas, ya que dependen de la lógica administrativa de las instituciones a las que pertenecen: presupuestos y restricciones anuales, cambios de funcionarios, etcétera, que afectan frecuentemente la periodicidad, distribución y difusión de las revistas.</p>

Tabla 1. Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005, Número 43. López Ornelas, M. y Cordero (Tijuana, México, s.f). Consultado el 20 de abril de 2017 en <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

La clasificación de la UNESCO (citada en Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005) distingue cuatro categorías dentro de las revistas representadas en el siguiente cuadro:

<p>Revistas de información</p>	<p>Revistas en las que se dan a conocer programas científicos, técnicos, educativos o económicos, culturales, de entretenimiento, anuncian reuniones, informan sobre personas, principalmente en forma de artículos o notas breves que contienen información general o no detallada.</p>
<p>Revistas primarias</p>	<p>Se les conoce también como “revistas de investigación y desarrollo”. En ellas se publican resultados de trabajos de investigación con todos los detalles necesarios para poder comprobar la validez de los razonamientos del autor o repetir sus trabajos.</p>
<p>Revistas de resúmenes o secundarias.</p>	<p>Revistas en las que se recoge el contenido de las revistas primarias, en forma de resúmenes.</p>
<p>Revistas de progresos científicos o tecnológicos</p>	<p>Llamadas por algunos autores como “revistas terciarias”. En ellas se publican informes resumidos de los principales programas de investigación contenidos en las revistas primarias, durante amplios periodos (Grunewald, H. 1982, pp. 2-5 en Rovalo, 1998).</p>

Tabla 2. Pasos del proceso de indexación de las Revistas científicas 2017, Recuperado de

Felipe Martínez Rizo (1999), (citado en Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005) presenta una clasificación en la que identifica por lo menos tres tipos de publicaciones periódicas representada en el siguiente cuadro:

Los boletines o gacetas (newsletters).	Su objetivo es difundir noticias e información de interés práctico e inmediato para los lectores, como eventos y convocatorias.
Las revistas de divulgación (magazines).	Su objetivo es ofrecerle al público en general, temas científicos, culturales o artísticos, evitando la jerga o los temas excesivamente especializados.
Las revistas académicas (scientific journals).	Su objetivo es poner al alcance de las comunidades de estudiosos de ciertos temas los hallazgos de algunos de sus miembros.

Tabla.3 Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005, Número 43. López Ornelas, M. y Cordero (Tijuana, México, s.f). Consultado el 20 de abril de 2017 en <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

En Colombia según Colciencias, las revistas se clasifican teniendo en cuenta el Índice Bibliográfico Nacional Publindex que incorpora criterios que permiten la valorización del impacto de las publicaciones científicas. En el siguiente cuadro se representa:

Categoría	Propuesta 1- 2016 (umbral mínimo de h5 de revista > 1)	
A1	Revista ubicada en el cuartil uno (25% superior de JCR [SCI y SSCI] o SJR).	Q1 JCR o SJR
	Revista ubicada en el cuartil dos (entre el 50% y el 24,9 % superior de JCR [SCI y SSCI] o SJR)	Q2 JCR o SJR
A2	Revista ubicada en el cuartil tres (entre el 25% y el 49,9 % superior de JCR[SCI y SSCI] o SJR)	Q3 JCR o SJR
	Revista ubicada en el cuartil cuatro (en el 24,9% inferior de JCR [SCI y SSCI] o SJR)	Q4 JCR o SJR
B	Revista ubicada en cuartil 1 de H5 (25% superior de su Gran Área de Conocimiento)	Q1 de H5 de su Gran Área de conocimiento
C	Revista ubicada en cuartil 2 de H5 (entre el 25% y el 74,9 % superior de su Gran Área de Conocimiento)	Q2 o Q3 de H5 de su Gran Área del Conocimiento

Tabla 3. Pasos del proceso de indexación de las Revistas científicas (2017), Fases del modelo de clasificación de revistas.

Recuperado de <http://www.colciencias.gov.co/pagina/modelo-de-clasificacion-de-revistas-cientificas-nacionales>

En el caso concreto de las revistas universitarias en Colombia, es tan ajeno como ancho, pues existen alrededor de 150 y aproximadamente 7 tienen una continuidad y reconocimiento local.

El término publicación se utiliza para hacer referencia al acto mediante el cual se hace público o se da a conocer determinada información, acto, dato. La publicación puede ser en diferentes tipos de soportes que han variado en disponibilidad y en importancia a lo largo de la historia, siendo los más comunes los escritos, impresos o, actualmente, los digitales.

¿Qué es una publicación? El diccionario web Definicionabc afirma:

Cuando hablamos de publicación podemos hablar de diferentes situaciones. La primordial, que da origen a todas las demás, es la idea de hacer que una información, un dato, un hecho se conozca y salga del ámbito de lo privado para que la mayor cantidad de gente lo sepa. Definicionabc (2007-2017), Definición de Publicación. México.

Recuperado de <http://www.visiblebody.com>

La publicación de este tipo de informaciones puede ser accidental (como por ejemplo cuando se difunde un secreto entre varias personas) o buscado (por ejemplo, cuando se busca publicar una foto o un texto incriminatorio). La publicación es uno de los actos más importantes de la democracia ya que tiene que ver con la posibilidad de acceder a informaciones y actos que antes quedaban en el ámbito privado y que hoy, por ley, deben darse a conocer. Las revistas son parte de estos medios y son llamadas medios gráficos o impresos.

¿Qué es una revista? Según el portal web Deconceptos (2017) se denominan comúnmente revistas a las publicaciones que se realizan en forma periódica, sobre uno o varios temas, de interés general o entretenimiento, que se hallan ilustradas. Cuentan muchas veces con publicidad, para poder costear los gastos de producción, a cargo de editoriales.

Algunas revistas se venden, y otras son de distribución gratuita y tienen una amplia gama según la enciclopedia de clasificaciones 2016 estos son los tipos de revista representados en la siguiente tabla:

<p>Revistas informativas</p>	<p>Este tipo de revistas tiene como fin comunicar o divulgar cierta información. Esta depende de la revista, ya que pueden ser temas relacionados a la política, a la economía, entre otros temas, pero en general refiriéndose a temas de actualidad e interés general. Estas publicaciones se diferencian de los diarios, ya que los últimos son periódicos, pero no así las revistas.</p>
<p>Revistas especializadas</p>	<p>Estas revistas se caracterizan por tratar un tema o materia en particular. Algunos ejemplos pueden ser revistas de automovilismo, arte, animales, medicina, moda, educación, entre muchas otras categorías. Generalmente estas revistas están orientadas a un público que trabaje en dichas disciplinas, es decir que no son masivas.</p>
<p>Revistas de ocio</p>	<p>Como bien lo indica su nombre estas son utilizadas como medio de entretenimiento. Se considera que las primeras revistas publicadas tenían como fin entretener a sus lectores, aunque estas además tienen contenido informativo. Hoy existe una gran variedad de revistas de ocio, algunos ejemplos de ello son las de moda, humor, comics, belleza, temas relacionados a la farándula, música, incluso viajes, lugares que pueden ser visitados o adecuados para una salida o cena, etc.</p>
<p>Revistas de divulgación científica:</p>	<p>Su fin es comunicar acerca de los avances, investigaciones y descubrimientos en materia de la ciencia. Se considera que tiene tres fines específicos, el primero se relaciona con la función de archivo, es un medio accesible para la búsqueda de información y a su vez para poder conservarlo. En segundo lugar como “filtro” ya que sólo es publicada la información que se considera apropiada. Por último como medio de prestigio, para quien lo ha publicado. Es decir que aquellas personas que hayan</p>

	<p>presentado un artículo en éstas adquieren cierto reconocimiento por parte de la comunidad científica, sus pares e incluso socialmente.</p>
--	---

Tabla 4. **Enciclopedia de clasificaciones (2016). Tipos de revistas. Recuperado de <http://www.tiposde.org/cotidianos/592-tipos-de-revistas/>**

Las **revistas universitarias**, en su mayoría estas son científicas:

las revistas científicas, son dirigidas especialmente a los miembros de una determinada comunidad científica de ciencias sociales o naturales, donde se cuentan ciertas comprobaciones experienciales o se recopilan informaciones teóricas con conclusiones inéditas, permitiendo dar a conocer los hallazgos o conclusiones que posibilitan el avance en dicha materia. Están sujetas a proceso de revisión. Qué es una Revista. Tipos, Definición, Concepto (2017). Concepto de Revista, recuperado de <http://www.que-es-modelos-de-curriculum-vitae.info/revistas-que-es-una-revista/>

¿Qué es una revista científica indexada? Según los resultados de la investigación se encontraron definiciones que describen su estructura y definen el concepto en la siguiente tabla es representado:

<p>Revista Indexada</p>	<p>Es una publicación periódica de investigación de alta calidad que ha sido ingresada a los listados de base de datos para consulta mundial, lo que habitualmente trae consigo que la revista tenga un elevado factor de impacto.</p>
--------------------------------	--

<p>Factor de impacto</p>	<p>Corresponde a una medida de la frecuencia en que un “artículo promedio” ha sido citado durante un año (debe tenerse presente que para revistas del hemisferio norte, ese año va de julio a julio entre dos años). Su calidad no obstante no reside en el factor de impacto, sino en el permanente juicio de pares sobre el contenido de sus artículos.</p>
<p>El Par</p>	<p>Especialista en el campo de la publicación y conforma el Comité Editor. Por consiguiente, se sabe que esta trabajándose con una revista de calidad si está en una base de datos reconocida, posee un factor de impacto elevado, (no es común en revistas del área social en Hispanoamérica), y posee comité editorial.</p>

Tabla 5. Psicometodos, (2017), Revistas científicas indexadas. Recuperado de http://www.psicometodos.com/?page_id=182

En Colombia, las indexaciones más cotizadas en la categoría D1 son 16 revistas científicas con visibilidad internacional:

<ul style="list-style-type: none"> • REVISTA LATINOAMERICANA DE PSICOLOGÍA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR ELSEVIER.
<ul style="list-style-type: none"> • UNIVERSITAS PSYCHOLOGICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
<ul style="list-style-type: none"> • ACTA COLOMBIANA DE PSICOLOGÍA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA.

<ul style="list-style-type: none"> • REVISTA DE SALUD PÚBLICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (UNAL).
<ul style="list-style-type: none"> • HISTORIA CRÍTICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (UNIANDES)
<ul style="list-style-type: none"> • COLOMBIA MÉDICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNIVERSIDAD DEL VALLE.
<ul style="list-style-type: none"> • IDEAS Y VALORES 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNAL.
<ul style="list-style-type: none"> • REVISTA DE SALUD PÚBLICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (UNAL).
<ul style="list-style-type: none"> • HISTORIA CRÍTICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (UNIANDES)
<ul style="list-style-type: none"> • COLOMBIA MÉDICA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNIVERSIDAD DEL VALLE.
<ul style="list-style-type: none"> • IDEAS Y VALORES 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNAL.
<ul style="list-style-type: none"> • REVISTA DE ECONOMÍA INSTITUCIONAL 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA.
<ul style="list-style-type: none"> • CUADERNOS DE ECONOMÍA 	<ul style="list-style-type: none"> • EDITADA POR LA UNAL.

• REVISTA DE ESTUDIOS SOCIALES	• EDITADA POR LA UNIANDES.
• REVISTA COLOMBIANA DE CIENCIAS PECUARIAS	• EDITADA POR LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUÍA.
• VITAE	• EDITADA POR LA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUÍA.
• CUADERNOS DE ADMINISTRACIÓN	• EDITADA POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
• CUADERNOS DE DESARROLLO RURAL	• EDITADA POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
• INGENIERÍA E INVESTIGACIÓN	• EDITADA POR LA UNAL.
• REVISTA MVZ CÓRDOBA	• EDITADA POR LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA.

Tabla 6. Índice Bibliográfico Nacional - IBN Publindex, (2014), Publindex.

Recuperado de

<http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/EnIbnPublindex/resultados.do>

Sin embargo hay muchas otras revistas que no son de carácter científico y que son universitarias, estas revistas hacen el trabajo desde informar a la comunidad, hasta de mostrar los productos de la facultad y sus estudiantes. Y es con este tipo de revista con el que trabajaremos,

una revista sin ambición científica que se base en la visibilización de los productos realizados por los estudiantes en clase.

PARTES DE UNA REVISTA:

Según la investigación realizada se encontró que el esquema y diseño que más se acerca a la revista Háblate fue el planteado en el siguiente cuadro, por tal motivo se describe cada parte que contiene nuestra revista y aplicamos cada punto con el mayor orden que denota una revista de carácter universitario.

Para la construcción del esquema se basó en el apartado Partes de una Revista (2017), éste establece las definiciones sobre los elementos que conformaran la estructura de Háblate en la siguiente tabla:

Portada	Las portadas son una pieza clave que sirven para exhibir la revista, así como los carteles de las tiendas para atraer a los compradores son significativos en las vidrieras. El objetivo de la portada es vender al lector el contenido resumido de las noticias que contiene, despertar el interés del cliente por comprarla para descubrir su interior.
Contraportada	Es una pequeña reseña del contenido de la revista, enunciando breve y sintéticamente algunos de los contenidos más relevantes que se encontrarán en el interior de la edición.
	Estructura interna
Editorial	Es un artículo que expresa la opinión del medio periodístico, en este caso la opinión de la revista. Se trata de una página donde se publica un texto que pertenece al género periodístico (que recibe el nombre de editorial) cuya característica principal es la subjetividad, puesto que la editorial refleja el pensamiento ideológico del o los propietarios del medio gráfico.
Índice	El índice es un listado de indicadores asociados a palabras o frases, que permiten ubicar con facilidad un contenido en el interior de la revista.
Directorio	El directorio amplía y repite los datos de identificación contenidos en la portada, enumerando los integrantes del staff. Suele ubicarse en la estructura interna de la revista, en una página que puede o no estar compartida con la página editorial.
Artículos	El artículo es la parte medular de la revista, al igual que del diario y periódico. Plantea un título, que debe enunciar de modo sintético y atractivo el tema que se desarrollará, causando impacto en el lector.
Textos	Las revistas difieren en su estructura y contenido, y los textos desarrollan distintas temáticas según su target o público, pudiendo estar orientadas tanto a audiencias infantiles como adultas. Los textos que se escriben están relacionados con la especialización de la revista, pudiendo tratar temas como el arte, la ciencia, el deporte, la gastronomía, la salud o bien temas generales que abarcan el ocio, la moda, el tejido, los niños, la mujer, la juventud, el recién nacido, la religión, los entretenimientos, la música, la diversión, las aventuras, el sentimentalismo.

Sumario	El sumario es conocido también como tabla de contenido de la revista. Es como un resumen que anticipa las notas que se imprimieron en la edición y la página en la que podrá ubicarse cada una.
Ilustraciones	Cada temática de la revista suele ser acompañada con una fotografía generalmente llamativa, correspondiente al contenido del artículo para que resulte ameno al lector. Asimismo suelen utilizarse dibujos, esquemas, mapas, gráficas, croquis, cuadros sinópticos y cualquier otro tipo de ilustración.
Glosario Técnico	Es la enunciación alfabética de los términos o expresiones periodísticas de carácter técnico, poco comprensibles para los lectores por su especialización. El glosario enumera los términos difíciles de comprender junto un comentario sobre ellos, o directamente junto a su significado.

Tabla7. Partes de la revista (Partes de la revista, 2017). Consultado el 15 de abril de 2017 en

<http://partesde.com/la-revista/>

5. MARCO LEGAL

Para el fomento y democratización de las publicaciones seriadas en Colombia, la Ley 98 (1993) trata puntos relevantes sobre su normatividad y regulación, por lo que se tendrá atención al artículo segundo del capítulo II de dicha ley que establece:

Para los fines de la presente Ley se consideran libros, revistas, folletos, coleccionables seriados, o publicaciones de carácter científico o cultural, los editados, producidos e impresos en la República de Colombia, de autor nacional o extranjero, en base papel o publicados en medios electro-magnéticos. (p.2)

Derechos de Autor

Toda propiedad intelectual es protegida por la ley. El material fotográfico y escrito es protegido por la ley. La propiedad intelectual de las creaciones será amparada por las leyes de los derechos de autor.

La Ley 23 (1982) contiene aspectos acerca de los derechos en obras individuales y colectivas, en la que se tendrá atención al inciso B del artículo quinto del primer capítulo de dicha ley que dicta:

Las obras colectivas, tales como las publicaciones periódicas, antologías, diccionarios y similares, cuando el método o sistema de selección o de organización de las distintas partes u obras que en ellas intervienen, constituye una creación original. Serán consideradas como titulares de las obras a que se refiere este numeral la persona o personas naturales o jurídicas que las coordinen, divulguen o publiquen bajo su nombre. Los autores de las obras utilizadas conservarán sus derechos sobre ellas y podrán reproducirlas separadamente.

Parágrafo.- La publicación de las obras a que se refiere el presente artículo deberá citar el nombre o seudónimo del autor o autores y el título de las obras originales que fueron utilizadas. *(p.133)*

Como producto colectivo, Háblate cuidará que no se infrinjan los derechos de autor del material utilizado para publicación, tanto textos como fotografías. Se le dará el respectivo crédito al nombre del autor de manera visible. Será obligatorio que el material que se utilice en la revista Háblate no haya sido publicados antes en algún medio diferente.

Libertad de Expresión como Derecho Fundamental

La libertad de expresión es un derecho fundamental consagrado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948, de la cual se deriva la libertad de prensa, que en Colombia se encuentra estipulada en la Constitución Política del 1991.

La libertad de expresión es el derecho que tiene todo individuo a expresar ideas libremente y por lo tanto sin censura, es decir, que la libertad de expresión implica difundir una visión personal de lo que una información, sucesos o datos significan para nosotros, teniendo en cuenta que esto debe darse bajo una serie de principios éticos que no vulneren la privacidad, ni la dignidad de los demás.

Por lo tanto con la libertad de expresión podemos manifestar opiniones, ideas, aspiraciones, críticas, ya sea de manera directa o a través de un medio de comunicación, teniendo en cuenta una adecuada regulación que nos garantice el desarrollo efectivo de este derecho.

Artículo 20 de La Constitución Política de Colombia

La libertad de expresión y de la información en la legislación colombiana está amparada por el artículo 20 de la CPC que determina:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de **fundar medios masivos de comunicación**. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (p.2)

Así, la libertad de expresión de la que habla el artículo 20 de la constitución política de Colombia, expresa la garantía a toda persona de tener la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opinión, sin embargo esta ciertamente ligada a los derechos civiles y políticos de los ciudadanos, debido a que tiene que coexistir forzosamente con otros derechos, como lo es el derecho a la intimidad, para que así se pueda dar una prensa libre y democrática.

Así mismo; todo ciudadano colombiano tiene derecho de expresar su pensamiento y opinión libremente bajo ciertas restricciones, haciendo uso de los medios de comunicación como puede ser la radio, la prensa escrita, la televisión y las redes sociales. También de crear medios o canales comunicativos que sirvan como escenario para enviar y recibir información, divertirse y aprender.

Entre estos medios encontramos a las revistas universitarias, las cuales se han convertido en unos de los dispositivos que han facilitado el acceso a nuevos saberes y se han transformado en una de las herramientas más efectivas para dar a conocer el conocimiento que se está gestando en las instituciones colombianas.

Para el caso de este proyecto de grado, la creación de la revista universitaria del programa de comunicación social es la viva representación de la generación de conocimiento, proceso que constituye uno de los principales roles de la universidad. Así como también de generar información a través de un medio de comunicación efectivo, que esté al servicio de la de la comunidad académica y la sociedad en general, donde se pueda irradiar la vida intelectual y las formas de pensamientos de los estudiantes de este pregrado.

6. METODOLOGÍA

6.1 TIPO Y CONTEXTO DE INVESTIGACIÓN

Para este proyecto la metodología de investigación fue propositiva, de tipo mixta, en la cual utilizaremos los dos paradigmas cualitativo y cuantitativo.

Este tipo de estudio propositivo permitió que la línea de investigación de la investigación, concuerde con los ejes temáticos de la facultad. Según la Real Academia Española (2017) el sentido propositivo se basa en: *“Una actuación crítica y creativa, caracterizada por plantear opciones o alternativas de solución a los problemas suscitados por una situación”* (p.1); es decir es una propuesta de ideas que pueden colaborar en la solución de problemas, o en la mejora de una situación.

En el caso, de la revista que se propone en el presente proyecto de investigación, se trata de una idea innovadora enfocada en solucionar el vacío de un medio impreso que visibilice la producción académica de los estudiantes de comunicación social de la universidad de Cartagena, tal como es como una revista hecha por estudiantes para estudiantes.

José Raúl Rojas en su trabajo Investigación Acción Participativa (IAP) afirma lo siguiente:

Metodológicamente supone un proceso modesto y sencillo al alcance de todos pero a la vez que lleve a la participación procesual, a asumir crítica y estructuralmente la realidad, a la reflexión seria y profunda de sus causas y tendencias, a conclusiones científicas, a estrategias concretas y realizables, a una planeación, a una praxis de acción renovada y transformadora en la que vaya interviniendo toda la comunidad, a una continua reflexión sobre la praxis para hacerla cada vez más liberadora y transformadora de la realidad. (José Raúl Rojas, SF, p. 5)

Es decir; que fue un proceso creativo consensuado entre la comunidad estudiantil de comunicadores de la Universidad de Cartagena.

6.2 TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los métodos para la recolección de datos para la ejecución de este proyecto fueron mixtos, es decir, se trabajaron técnicas del enfoque cualitativo y cuantitativo, del primer enfoque se usaron las técnicas de análisis de documentos y las entrevistas, y del segundo enfoque las encuestas. A través de estos instrumentos de recolección se pudo determinar, intereses,

conceptos y visiones sobre la pertinencia y realización de una revista impresa para el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

El primer paso para la recolección de datos fue la elaboración minuciosa de las preguntas que se aplicó mediante encuesta a los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, simultáneamente se trabajaron los cuestionarios que se aplicaron al personal estudiantil que fungen como directores y editores de revistas estudiantiles para otros programas, en la Universidad de Cartagena.

Los resultados de estos cuestionarios permitieron luego de un análisis exhaustivo identificar factores cruciales en la ejecución del proyecto tales como viabilidad y sostenibilidad de la revista, de igual forma permitió clasificar los tipos de productos por materia para el contenido del medio, y de igual manera precisar conceptos referentes al tipo de revista que se quiso implementar.

Las encuestas se realizaron a grupos de 15 estudiantes por cada semestre, de 1° a 10° del programa de Comunicación Social equivalentes al 70% de la totalidad del programa. Los resultados arrojados por esta muestra, reflejaron la tendencia de los intereses de estudiantes sobre los contenidos potenciales que podría llevar la revista.

Para la tabulación de los datos y la información se utilizaron como elemento gráfico,

diagramas de barras y una matriz de categorización donde aparecen desglosadas las respuestas arrojadas por las entrevistas y encuestas respectivamente. Posteriormente en el análisis de los datos se describieron las ideas captadas para dar claridad a los resultados.

Con este último paso se dio por concluida la etapa de preproducción de la revista, para dar paso a la producción y diseño del piloto, que finalmente culminó con la post-producción que fue la implementación y publicación de la revista.

6.3 POBLACIÓN

Los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

6.4 INSTRUMENTOS

6.4.1 Google Formularios: Se implementó encuesta virtual en los diferentes grupos cerrados de comunicación de la universidad de Cartagena, para conocer la opinión y aceptación del proyecto, además de la participación activa de la comunidad en el diseño del proyecto.

6.4.2 Entrevista: Con las entrevistas se buscó la explicación de la implementación del proyecto y su sostenibilidad con casos puntuales ya dados en la universidad de Cartagena, pero en otros programas alternos a Comunicación Social.

6.4.3 Análisis de Documentos: El análisis de documentos se hizo en torno a cinco revistas universitarias no indexadas de los diferentes programas de comunicación social en el país, y dos revistas no indexadas de la universidad de Cartagena producidas por estudiantes para estudiantes del programa de Historia y Literatura, de las cuales se extrajo información de características propias de las publicaciones seriadas, el diseño, tipografías, entre otros elementos.

7. INFORME DE RESULTADOS

7.1 PRODUCTOS HECHOS EN CLASES.

El presente capítulo surge como la necesidad a responder la inquietud que produjo en los integrantes de la presente investigación de ¿por qué nuestros trabajos y proyectos durante los 9 semestres anteriores no fueron exhibidos y exaltados ante la comunidad estudiantil, teniendo en cuenta que muchos de ellos fueron producidos de forma impecable?

Por lo anterior en este se define puntualmente como fue el proceso o escogencia del tema, búsqueda de contenidos relacionados y la selección de temáticas para la construcción de la revista. En primera medida se hizo un proceso de observación y de revisión que arrojó como resultado la inexistencia de un producto del Programa de Comunicación Social de la Universidad

de Cartagena para visibilizar los proyectos realizados por sus estudiantes.

Creación

La creación de la revista de estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena nace como propuesta de tesis al ver la carencia de un canal eficiente de visibilización para los trabajos realizados en las aulas del estudiantado, en la cual todo el proceso de selección de contenido, edición y fotografía fue inédito y original, como resultado de los trabajos desarrollados en clase. Esta idea se desarrolló en el segundo semestre de 2016, y se materializó en el primer semestre de 2017.

Se inició el proceso de investigación editorial, estudiando las diferentes teorías en torno a la comunicación y creación de revistas impresas hechas por estudiantes a nivel nacional.

De igual forma se analizó el contexto regional con revistas como “Espejo” del programa de Literatura y “Al Aula” del programa de Historia de la Universidad de Cartagena. Esto con el fin de conocer la estructura interna de las revistas, su proceso de creación y el equipo necesario para llevarlo a cabo. Dentro del proceso de documentación, se recolectó información en libros de diseño gráfico, en los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes, y en revistas de gramática visual y tipografía, para poder generar un diseño tentativo del proyecto.

Selección de temáticas y diseño.

Se empezó el proceso de diseño y maquetación con secciones definidas que se seleccionaron teniendo en cuenta las materias del currículo académico, de las cuales se extrajo el contenido de la revista. En primera medida se seleccionaron las siguientes asignaturas para el proceso de producción de artículos: Narrativas, Crónicas y Reportajes, Periodismo Económico, Periodismo y Literatura, Sala de Redacción, Periodismo Cultural, Publicaciones Periódicas y Seriadas, Taller de Redacción y Reportería, Periodismo Internacional, Diseño de Televisión, Historia del Caribe, Prensa y Manejo de Fuentes y finalmente Expresión Escrita.

Luego de la selección de las asignaturas para producción de contenido, se especificaron las características conceptuales de la revista, decidiendo las secciones, la temática del primer número y se plantearon las bases principales del funcionamiento de la revista, su periodicidad que será semestral, y el grupo editorial que será escogido de la misma comunidad estudiantil.

Basados en las entrevistas que se realizaron a los estudiantes del Programa de Comunicación Social y a estudiantes de otros programas de la Universidad de Cartagena que tienen a cargo revistas académicas, se observaron las inquietudes y el conocimiento que tenía la comunidad académica sobre la inexistencia de medios en los que se visibilizaran contenidos académicos realizados en las aulas, la necesidad de la creación de un canal de comunicación y la

motivación para la participación en estos medios.

Con el concepto general claro, el siguiente paso fue pensar en la estética de la revista y los valores a los que apelaría. Los referentes en los que se basó el diseño de las portadas, fueron revistas de otras facultades de la Universidad de Cartagena y otros programas de comunicación a nivel nacional. Siempre en busca de un estilo innovador, se utilizaron páginas web de información donde se publican artículos sobre diseño, ilustración y otros medios, de las cuales se seleccionaron los más interesantes.

Finalmente se desarrolló la maqueta, comenzando con la búsqueda del nombre, que nació de una expresión coloquial, los estudiantes en el momento de pedirle a sus compañeros que expresen alguna idea se lo dicen utilizando el término “háblate”, que quiere decir: “coméntame o dime qué quieres o tienes para decir”. El nombre Háblate se propuso en las encuestas que se realizaron a los estudiantes y salió como ganadora antes otros tres nombres más propuestos. De allí nació el nombre, que tuvo como idea que se enlazara con la realidad de los estudiantes de comunicación y su jerga. Una vez seleccionado, se hicieron diferentes diseños de portada, probando formatos, colores, composiciones, buscando una jerarquía visual coherente pero original, reflejando con ingenio y creatividad el tema principal del número (Amarillo, Negro, Blanco). Se investigó sobre las imprentas y talleres de la localidad, luego las páginas interiores, buscando artículos interesantes y entretenidos. Se seleccionaron los que más se ajustaban al carácter de la revista, pensando en una lectura amena para el lector.

El sumario de la revista se organizó de forma que tuviera coherencia en el orden de los artículos y en el de las diferentes secciones, para que el lector tenga una clara visualización. En la elección de los papeles se tuvo en cuenta su gramaje y el grosor. Se investigó sobre las diferentes formas que hay de encuadernar revistas, desde las encuadernaciones cosidas (rústica cosida) y la encuadernación fresada, entre otros tipos.

7.2 Producción de la revista Háblate.

En el presente capítulo se definió el proceso de construcción de la revista, elaborándose un informe detallado de cada una de sus fases de producción y definiendo como fue puntualmente su elaboración. En primera medida se definieron los artículos y sus respectivas temáticas, luego los instrumentos que se utilizaron para desarrollarlas y posteriormente los parámetros de su diseño.

Definición de temáticas:

Se escogieron las temáticas más relevantes tratadas en las aulas de clases, teniendo en cuenta las asignaturas donde se desarrolla con mayor espontaneidad la redacción y escritura, las cuales se expresan mediante productos como: poesías, cuentos, poemas, crónicas, perfiles, entrevistas y columnas de opinión. A partir de los cuales los estudiantes muestran sus habilidades, destrezas y talento, con trabajos de excelentes niveles y calidad.

Por otra parte es importante resaltar que aunque la revista está enmarcada bajo una libertad de redacción los temas que se trabajaron en ella giran en torno a los productos anteriormente citados, teniendo en cuenta diversos cortes de redacción creativos o formales.

A partir de lo anterior se procedió a crear la política editorial de la revista, es decir las directrices y las ideologías que condujeron la línea temática del proyecto.

De acuerdo a la información expuesta por la Universidad de Medellín en Colombia, en su reglamento de publicaciones afirman que la política editorial es el conjunto de directrices que guían un determinado producto, es decir, toda su estructuración temática y gráfica. (Universidad de Medellin, 2012).

Necesidad: Fue necesaria la creación de esta revista porque desde el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena era inexistente un medio que brinde la posibilidad de visibilizar los trabajos realizados en las aulas de clases, además proporciona una forma de renovar y enriquecer el proceso de enseñanza y desarrollo de las habilidades y competencias del estudiante.

Importancia: La importancia está relacionada directamente con la creación de la revista, debido a que es importante que los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la

Universidad de Cartagena tengan un espacio donde mostrar y publicar sus trabajos realizados en las aulas de clases.

Relevancia: Es relevante porque a pesar que existen diversos medios de comunicación en la Universidad de Cartagena que muestran y visibilizan trabajos realizados por estudiantes, no están directamente relacionados con el Programa de Comunicación Social y que comparte una de las finalidades de este medio, que es hecha por y para estudiantes.

Misión de la revista: Brindar un espacio a los estudiantes donde puedan publicar sus trabajos realizados en las aulas de clases, dando sus puntos de vista y nutriendo el contenido académico desarrollado en las diferentes asignaturas.

Estructura de la revista: Se escogieron nombres de secciones muy obvios, principalmente porque se quiso un tipo de lectura directa y no que el lector tenga que adivinar de qué se trata cada sección.

¿Qué hace la revista diferente?

La proximidad con el lector, los temas, el material recolectado, el trabajo periodístico, y que es una revista llena de contrastes.

Nombre: Háblate

País de origen: Colombia

Objetivo: Visibilizar los trabajos realizados en clase por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena

Público Objetivo: El alumnado de la Universidad de Cartagena principalmente los estudiantes de Comunicación.

Periodicidad: Semestral

Categoría: Universitaria no indexada

Impresión: Los Angeles

Editorial: Goliev

Tamaño: 216 x 279 mm

Papel: Propalcote 150

Colores: Paleta de colores claros desde el azul, rojo, verde hasta el púrpura, amarillo y anaranjado.

Tipografía: Varía en cuanto a títulos, subtítulos y escritos como tal. En los títulos, Open Sans, en algunos subtítulos, Aleo y Arial, en los textos principalmente Helvetica.

Número de Páginas: 50 páginas

Bandera: Ubicado al inicio

Bandera

Comité Directivo: Claudia Gómez, Francisco Merlano, Edgar Alejandro Durango, Sergio Nieves.

Edición y Redacción: Claudia Gómez

Diseñador y Diagramador: Juan Montes

Colaboradores: Yesselis Barrios, Karen Rojas, Hamlet Garcerant, Luis Felipe de la Hoz, Perla Murillo, David Buelvas, Eliza Velez, Karina Barrios, Yeidis Bobadilla, Ruby Barboza, Luis Gómez, Angie Tapias.

Fotografías: Banco de imágenes PixaiBay Y Shutterstock, Línea Visual, Agnes Cecile, Nelson Jimenez, Página Red Voltaire, publicidades de Comunicadores UdC.

Impresión: Ángeles Blancos - Calle 2da del Mamón, Transversal 45 A # 21-61

Los artículos que aparecen en esta edición no reflejan necesariamente el pensamiento de la Asociación. Se publicaron bajo la responsabilidad de los autores.

Índice:

Infórmate

- David Lara presenta: “El Dolor de Volver”.

- Hambre de Dios llenos de Esperanza.
- ¿Cómo debería funcionar el periodismo en la era de Trump?

Opinión

- El enredo de las redes sociales.
- El Lujo para pocos.
- Mirada de Amor.
- El costo de la Abundancia.

Crónicas

- Cartagena: Un destino apetecido por el suicidio.
- La Generación de los Emergentes
- La Vaca Roja

Cuentos / Poemas

- El Mecnógrafo
- Rebeldía de mis Botellas
- Pesadilla en la calle W.

Exposición

- Instantes.

- Contrastes.

Entrevistas

- Entrevista con un ladrón en Cartagena.
- ¿Cómo inició Winston Morales al mundo de la poesía?
- Así fue como Silvia Palacio Ganó la Beca Santander.
- Si los clientes no vienen, los jaladores los traen.

Perfiles

- Karina Marsiglia Barrios.
- Nelson Rafael Jimenez Castro.

Fotos

Sí, contiene 47 fotografías que componen la revista Háblate que poseen diversidad de planos en los que se encuentra el medio, el general y el americano, Además prima el diafragma abierto que proporciona un fondo desenfocado.

Publicidad

Si, tiene 3 extraídas de UDC Comunicadores, las publicidades abarcan las páginas enteras.

8. CONCLUSIONES

Al finalizar todo el proceso de investigación y haber elaborado la revista Háblate, las conclusiones este trabajo de grado están enfocados en dar a conocer como a través de un producto comunicacional se cumple el objetivo general de este proyecto editorial.

Acorde a los objetivos planteados, se consideró que se ha hecho una buena contextualización general del proyecto, profundizando en los temas que se desarrollaron en los puntos anteriores y en el diseño editorial de la revista, siempre teniendo en cuenta que los contenidos seleccionados cumplan la función de informar, ser constructores de opinión, y conocimiento, pero principalmente que la revista sea una plataforma de visibilización para el estudiantado. En cuanto a la estructura de diseño, se ha generado un equilibrio en el estilo general de la revista, ofreciendo fluidez en la lectura. El resultado final ha superado las perspectivas iniciales, por la profesionalidad del maquetado y la participación activa de los estudiantes de diferentes semestres, abordando nuestra preocupación principal que era la recolección de material de calidad y la escogencia armoniosa de colores y no que se trabajaran con los colores institucionales puesto que es una revista del estudiantado y no del programa, la finalidad era crear emociones y sentido de pertenencia en el alumnado que es el principal espectador.

Comenzamos con la etapa de la reproducción de la revista, este fue el periodo más extenso, en este periodo se trabajaron las fases metodológicas para la recolección de la información; a través de las diferentes entrevistas, sondeos y encuestas que recolectamos, pudimos acercarnos más a los estudiantes de los diferentes semestre del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, esto ayudo a identificar y conocer la falta de centralización de un producto específico de los estudiantes donde se visibilizaran los contenidos elaborados en las aulas a la comunidad académica.

En esta misma etapa definimos elementos conceptuales que identificaran y diferenciaran al producto editorial, el estudio y comprensión de estos conceptos teóricos y prácticos permitieron ampliar nuestro espectro sobre la buena calidad de los trabajos desarrollados en las diferentes asignaturas y la calidad de los estudiantes, fue importante identificar esto ya que es uno de nuestros principales motivos dentro de la materialización de este trabajo, además nos acercamos mucho más a la práctica profesional de la elaboración de un producto comunicacional.

La etapa del diseño de la revista Háblate fue sin duda una experiencia que nos acerco mucho a la vida profesional, en el cual pudimos mostrar contenidos como poemas, noticias, crónicas, entre otros, de futuros profesionales, y complementarlos con nuestro aprendizaje durante toda la carrera en los dos enfoques, periodístico y desarrollo, en resumen, esta experiencia nos acerca a los retos profesionales a los cuales nos vamos a encontrar en la vida laboral.

Desde nuestro punto de vista uno de los resultados más importantes es la visibilización de los trabajos de los estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, la motivación que genera y el sentido de pertenencia por sus productos y su academia, el querer ampliar su conocimiento, a lo largo del trabajo es una de las cosas encontradas más relevantes y significativas, deja un gran satisfacción para nosotros que vamos a finalizar nuestra carrera profesional.

La mejor experiencia que dejó la realización de este producto editorial es la práctica de lo que es crear, dirigir y organizar una sala de ediciones, desde la creación del comité, los colaboradores y columnistas, el diseñador, la toma de decisiones frente a los materiales, todo esto permitió un planteamiento del proyecto muy próximo a lo que sucede en la vida real, tanto por su coherencia en la estructura como su funcionamiento. Y aunque ha faltado por estudiar la distribución y parte de la financiación. En general, la revista presenta una coherencia estética, la cual le aporta calidad. Se pensó que los valores de la revista se transmitieron correctamente, a través de los contenidos y los materiales, facilitando al lector la apreciación de los contenidos y el fácil reconocimiento de que es una revista de estudiantes para estudiantes.

El sentido de pertenencia por la creación de un producto propio proporciona un enriquecimiento académico y de conocimiento, a lo largo de este proyecto fue una de las cosas que se encontraron más relevantes y significativas, pues se siente una gran satisfacción finalizar la carrera profesional con una propuesta como esta.

El mayor logro fue poder entregarle al Programa de Comunicación Social un producto de calidad, donde se rescate el valor y significado de los trabajos realizados en las aulas de clases y guiados por nuestros excelentes docentes.

En la etapa de la producción se trabajó mucho para poder identificar la forma y diseño que transmitiera la esencia de la carrera que forjamos día a día, desde el inicio de la etapa académica hasta el desarrollo en su campo laboral, además de darle una caracterización diferente a los referentes locales y nacionales que encontramos durante la investigación.

Algo que se rescató son las ganas de querer dar continuidad a este proceso de la revista Háblate, por parte del comité editorial que es conformado por estudiantes de diferentes semestres del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

La materialización de la pieza comunicacional es el resultado de una investigación desarrollada por aproximadamente 9 meses, su elaboración denota el cumplimiento de los objetivos principales que trazamos dentro del planteamiento del proyecto, logramos hacer un aporte a la visibilización de los trabajos realizados por estudiantes de diferentes semestres del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Castro Forero Fabio (2015) Publicación Librera, UExternado
<http://www.revistaliber.org/que-papel-desarrolla-una-revista-universitaria/>

Asti Vera, Armando. *Metodología de la investigación*. Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1968, ISBN 950-13-6048-2

Robert Day|DAY, Robert A. (1994): *Cómo escribir y publicar trabajos científicos*. Cuarta edición (segunda edición en español), 1994.

Castro Forero Fabio (2015) Publicación Librera, Universidad del Externado.

BONO, Adriana; De la BARRERA, Sonia (1998) "*Los estudiantes universitarios como productores de textos*". En: *Lectura y Vida*. Año 19, N° 4, Dic., p. 13-20

ROMERO, Loaiza Fernando (1998b)" *¿Qué leen los estudiantes de la Universidad tecnológica de Pereira?*" En: *Revista de Ciencias Humanas*. Año 5. N° 16, p. 120-130

Publicaciones Jorge Orlando Melo Clasificación de Revistas en Colombia.

López Ornelas M. y Cordero, G. (2005). Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. Razón y Palabra, 43. Consultado el día de mes de año en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/libros/index.html>

Proyecto de diseño editorial: concepción de la revista MAY prototipo impreso. Facultat de Belles Arts de Sant Carles, Universidad Politécnica de Valencia (2013-2014). Irene Usero Peris.

La cobertura de registros de ISBN, (2015), La Cámara Colombiana del Libro, recuperado de: <http://camlibro.com.co/isbn/>

Sara Marcela Bozzi, 2012, Fundación e impacto de la revista “Unicarta” en la Universidad de Cartagena, p 1.

Revista digital Bitácora,(2017), Bitácora Revista Digital de Comunicación Social, Universidad EAFIT, recuperado de: <http://bitacoraeafit.com/>

Bono y De la Barrera, 1998, Los estudiantes universitarios como productores de textos, p, 13 – 20.

Usero Irene, 2013, Concepción de la revista May y prototipo impreso, p .11.

Real Academia Española (2014). «Magacín». Diccionario de la lengua española (23.^a edición). Madrid: España. Consultado el 21 de abril de 2017.

El Capítulo 1, La Revista: La historia de la revista, s.f, p.39.

Modelo clásico de las revistas impresas (Turoff y Hiltz, 1981), Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005, Número 43. Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. (Figura) recuperado de:

<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

Estructura actual del proceso editorial de las revistas (Barrueco, 2000), Razón y Palabra, Febrero-Marzo 2005, Número 43. Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. (Figura) recuperado de:

<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

Las Revistas en Colombia (r.f) de la biblioteca virtual de El Banco De La República, (p 5).

Título 2 - De los derechos, las garantías y los deberes, Capítulo I: De los derechos fundamentales, Artículo 20. (p.2)

López Ornelas, M. y Cordero, A (s.f): Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas. Tijuana, México. Consultado el 20 de abril de 2017 en <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

Ley 98 (1993),Articulo 2º, Capítulo II, (p.2).

Ley 23 (1982), inciso B, Artículo 5º, Capítulo I, (p.133)

Real Academia Española, 2017, (p.1).

Revista Unam. (2016) Revista Digital Universitaria: origen y evolución de un experimento digital. (p 5). Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.16/num3/art17/>

Política Editorial, (2015), Nuestra apuesta informativa, recuperado de: <http://bitacoraeafit.com/politica-editorial/>

Revista Estudiantil Alaüla, núm. 3 (2015), Revista Estudiantil Alaüla. Recuperado de:
<http://ojs.udc.edu.co/index.php/alaula>

Universidad del Valle, Escuela de Estudios Literarios, (SF), Revista Estudiantil
Lexikalia. Recuperado de: <http://estudiosliterarios.univalle.edu.co/publicaciones-escuela/revista-lexikalia>

Definicionabc (2007-2017), Definición de Publicación. Mexico. Recuperado de
<http://www.visiblebody.com>

Enciclopedia de clasificaciones (2016). Tipos de revistas. Recuperado de
<http://www.tiposde.org/cotidianos/592-tipos-de-revistas/>

Qué es una Revista. Tipos, Definición, Concepto (2017). Concepto de Revista,
recuperado de <http://www.que-es-modelos-de-curriculum-vitae.info/revistas-que-es-una-revista/>

Índice Bibliográfico Nacional - IBN Publindex, (2014), Publindex. Recuperado de
<http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/EnIbnPublindex/resultados.do>

ANEXOS

CRONOGRAMA

Meses	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Actividades	2017				2017				2017				2017				2017			
Investigación de los medios existentes.	X	X	X	X																
Aplicación de la Encuesta gustos preferentes para la revista.					X	X	X													
Organización y análisis de datos								X	X											
Clasificación de los tipos de Productos realizados por estudiantes										X	X	X								
Redacción de información											X	X								
Creación de comité editorial											X	X								

Servicio de Llamadas			\$15.000
Diseño de Revista	1	\$250.000	\$250.000
Impresión de Revista a full color	2	\$30.000	\$60.000
Digitación		\$60.000	\$60.000
Impresión y anillado de la 1era entrega final	1	\$32.000	\$32.000
CD	2	\$3.000	\$6000
SUBTOTAL			\$685.500
		IMPREVISTOS	\$12.500
		TOTAL	\$698.000

ANEXOS

ENCUESTAS

Aplicamos una encuesta basada en las necesidades principales de los estudiantes y nuestro proyecto y llegamos a la siguiente conclusión. Se encuestaron 104 personas con edades entre los 16 y 35 años, 36 personas son hombres y 68 mujeres, participaron estudiantes de primer (1) a décimo (10) semestre y egresados.

De tres medios de comunicación que tiene la Universidad de Cartagena, se les consultó cuál era el medio con el que tenían más interacción, dando como resultado que el 77,9% de los estudiantes de Comunicación tienen más contacto con la emisora de la Universidad, UDC RADIO, el 14,4 % con UDC Televisión y el 10,6 Universo U.

El 92.3% (96 estudiantes) contra el 7,7% (8 estudiantes) respondieron que si existe un problema de visibilización con los trabajos realizados en clase; y el mismo porcentaje Cree necesaria la creación de una revista impresa hecha por estudiantes para estudiantes de comunicación social para subsanar el problema de visibilización que tienen los trabajos realizados en el aula.

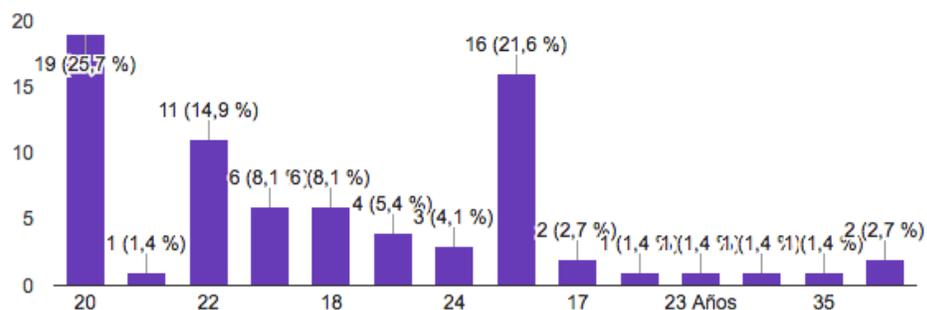
De los encuestados el 93,3(97 estudiantes) respondieron que si leerían una revista hecha por estudiantes del programa de Comunicación Social y el 6,7 (7 estudiantes) respondieron que no.

El 67 (64,4 %) Si participaría en la elaboración de contenidos de la revista, el 7 (6,7 %) dijeron No y 34 (32,7 %) dijeron Tal Vez

Las opiniones según el contenido que les gustaría leer en la revista estuvieron bastante divididas pero las de mayor aceptación fueron, crónicas, noticias y entrevistas.

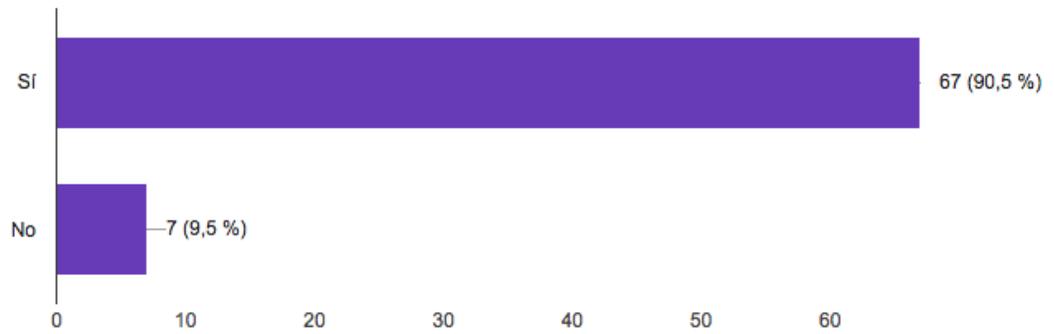
Los colores con los que la gran mayoría (34,6% 36 estudiantes) se identificaron para la revista visualmente fueron blanco, negro amarillo.

EDAD (74 respuestas)



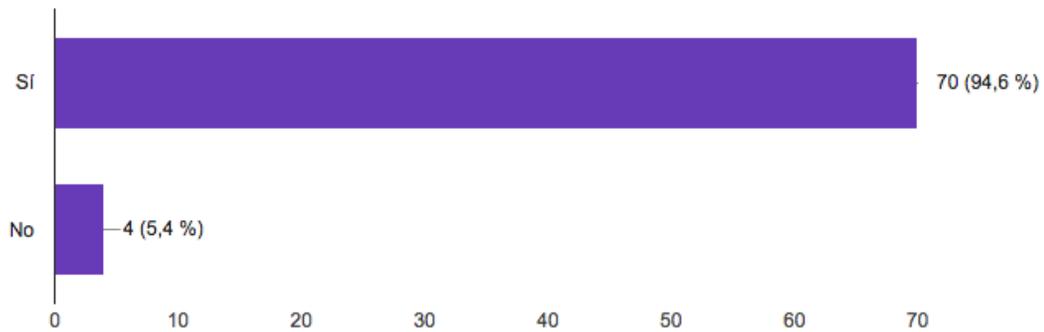
¿Cree usted que en el programa de comunicación social de la universidad de Cartagena existe un problema de visibilización con los trabajos realizados en clase?

(74 respuestas)



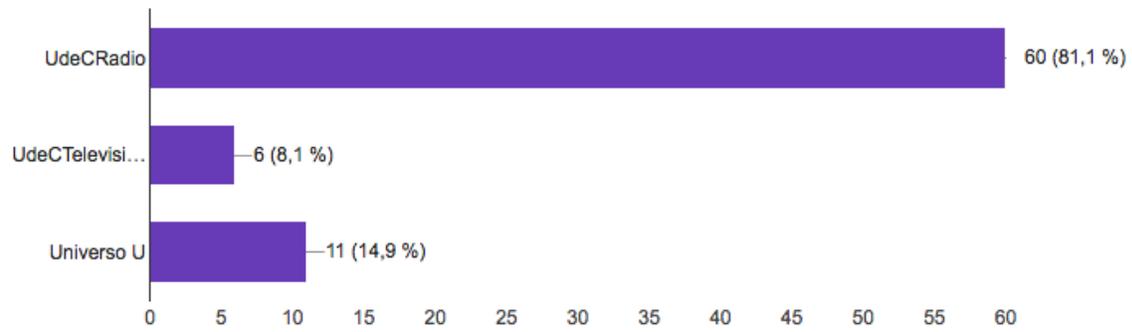
¿Leería usted una revista hecha por los estudiantes del programa de Comunicación social?

(74 respuestas)



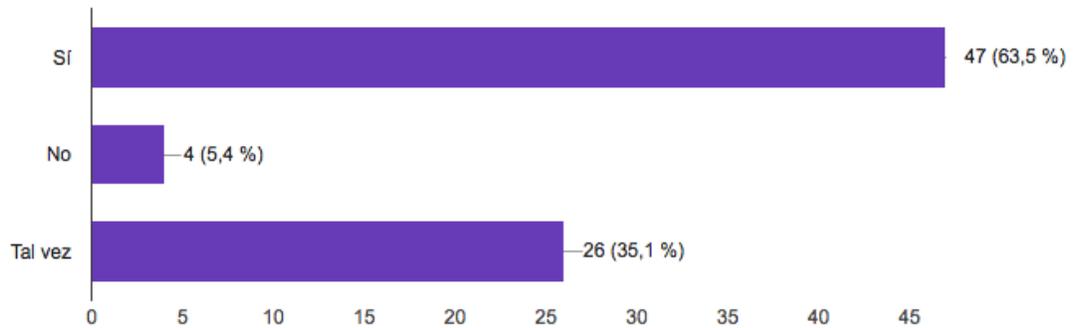
¿Cuál es el medio de comunicación de la Universidad de Cartagena con el que tiene mayor interacción?

(74 respuestas)



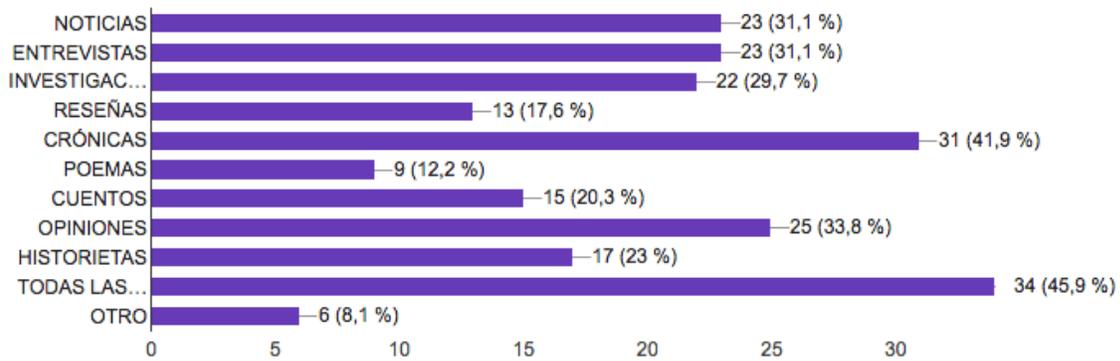
¿Participaría usted en la elaboración de contenidos de la revista de estudiantes de Comunicación Social?

(74 respuestas)



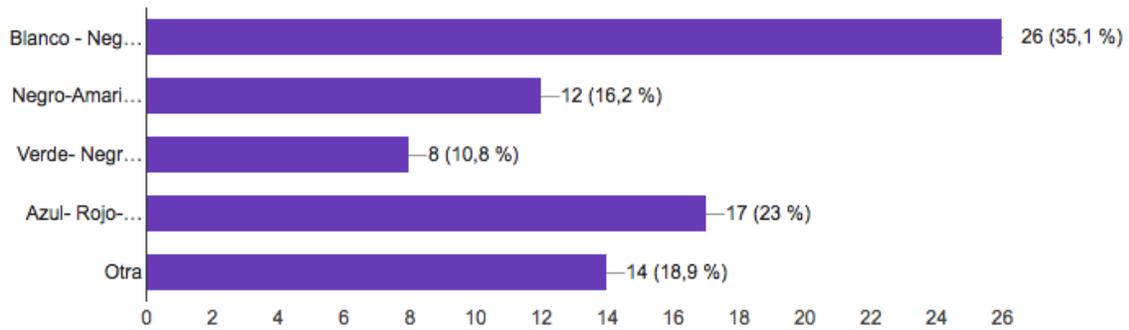
¿Qué clase de contenidos le gustaría leer en la revista de estudiantes del programa de Comunicación Social?

(74 respuestas)



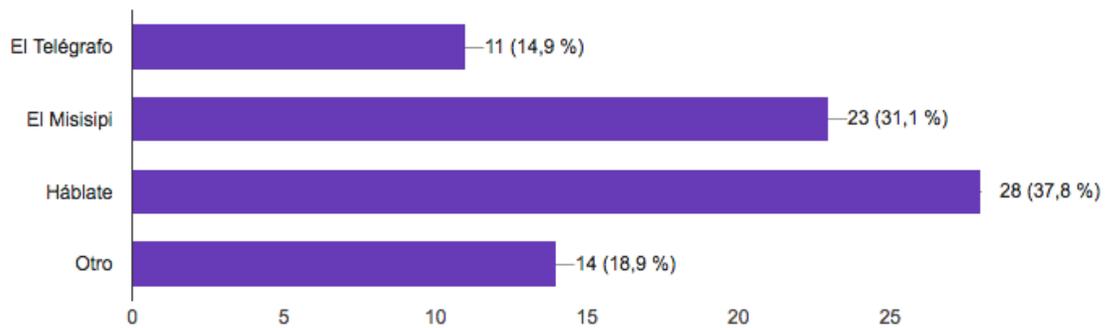
De las siguientes paletas de colores ¿cuál es la opción que te gustaría que manejara una revista estudiantil del programa de Comunicación Social?

(74 respuestas)



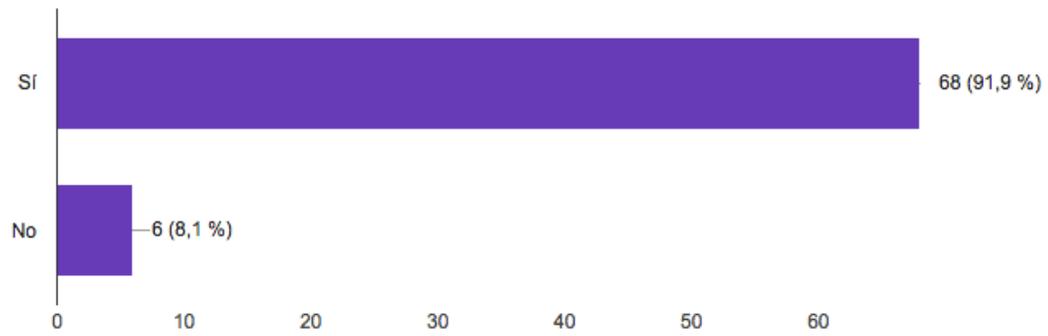
De los siguientes nombres, ¿Cuál te gustaría para la revista de estudiantes de comunicación social?

(74 respuestas)



¿Cree necesaria la creación de una revista impresa hecha por estudiantes para estudiantes de comunicación social para subsanar el problema de visibilización que tienen los trabajos realizados en el aula?

(74 respuestas)



ENTREVISTAS

Entrevista 1

Anexo No. 1: Entrevista a Presidente y Director de la Revista Alaula

Estudiante de Decimo Semestre de Historia

Mauricio Morelos

¿Cómo surgió la revista Alaula?

La revista Alaula surgió a partir de un proyecto anterior de nuestros compañeros en 2012, donde se formuló la generación de un espacio en el cual los estudiantes del programa de historia pudieran publicar sus trabajos académicos realizados en los distintos semestres, sus trabajos de monografías de grados, o ponencias que hayan realizado. Es así como nace el proyecto.

¿Cómo fue el proceso para llevar a cabo esta iniciativa?

Un grupo de compañeros se sentaron a revisar las distintas revistas que existían a nivel nacional, hechas por estudiantes, y casos a nivel latinoamericano. Se pasó a buscar un nombre, la financiación por parte de la universidad, que contara con unos parámetros de estilo, que se basara en unas normas de escrituras. Además se estableció que anualmente tuviera una temática general que compartieran los trabajos.

¿En qué manual de estilo se basaron para realizar su proyecto?

Uno de los manuales fue El Taller De La Historia que actualmente la revista Profesional, revista de nuestros profesores, maneja en el programa. También nos basamos en Goliardos; revista del Programa de Historia de la Universidad Nacional.

¿Qué ejemplos de revistas hechas por estudiantes a nivel latinoamericano nos puede dar?

En la Universidad Nacional Autónoma de México logramos encontrar un ejemplo de revista estudiantil.

Teniendo en cuenta que existen revistas indexadas encaminadas a contenidos más científicos y académico ¿por qué no han tomado ese camino de indexación?

Ese era el objetivo principal durante el transcurso de este primer semestre del 2017, pero para ello se necesita que, el comité que hace parte de la revista, sea integrado por doctores y magísteres, nosotros aún solo somos estudiantes. Así mismo; se necesitan recursos. En muchas ocasiones quienes publican en revistas indexadas, lo hacen porque reciben un estímulo económico o lo hacen para ganar puntos y así aumentar su sueldo. Además para que estas revistas estén en base de datos se necesita pagar, por esto se nos dificulta. Sin embargo, la revista es abierta y puede encontrarse un espacio en la plataforma de La Universidad de Cartagena,

donde se pueden ver los artículos en línea, ser descargados, y se puede interactuar con comentarios.

¿Cómo es el proceso para que la universidad brinde el respaldo económico para la revista?

La primera es a través del presupuesto del programa, en donde se le hace el pago al editor encargado de hacer el montaje de la revista a nivel digital y en la plataforma. La segunda es con La Compañía Alpha, encargada de la coordinación de imprenta, ellos dan un presupuesto de cómo queremos la revista, el tipo de papel, el tipo de portada, el número de páginas, el tamaño de la revista. Ese presupuesto se lo damos a la universidad y ellos se encargan.

¿Cómo eligen el material que va a salir en la revista?

Nosotros tenemos un correo electrónico donde envían trabajos como ensayos, ponencias, artículos. De igual forma recibimos cuentos, poesías, animaciones y dibujos porque eso también hace parte de la revista, abrir espacios a otras formas de expresión. Tenemos un comité de redacción que revisa que cada trabajo cumpla con ciertas normas que manejamos, como que cuenten con el suficiente contenido, rigurosidad y calidad para poder ser publicado.

Adicionalmente contamos con un comité evaluador conformado por los profesores. Se les envía trabajos afines con su línea de investigación, nos dan su concepto sobre el contenido y nos dicen si merece o no ser publicado.

¿En su comité editorial no hay injerencia de ningún profesor?

No, ellos hacen parte de nuestro proceso cuando se convierten en los evaluadores del material.

¿Quiénes hacen parte del comité de redacción y del comité evaluador? ¿Cómo eligen a estas personas?

Hacemos una convocatoria en todos los semestres, llegando a los salones hablando sobre la necesidad de participar en la revista, y vemos las características de todo aquel que llega a nuestras reuniones. Hay quienes se dan mejor con la escritura, otros con la publicidad o la edición. Con los compañeros que les guste la redacción se conforma el comité y se sientan a revisar los distintos trabajos que nos envían. Después lo enviamos a nuestros profesores que hacen una revisión más meticulosa en la redacción y el contenido.

¿Ustedes eligen a los profesores?

Sí, claro. Nosotros le enviamos una carta con anticipación en donde le decimos que deseamos que sea el evaluador ya que maneja cierto tipo de línea temática.

¿Cuánto tiempo lleva en circulación la revista?

Este sería su quinto año. Oficialmente desde el 2013 pero el proyecto nace desde el 2002.

¿Cómo llega al público la revista?

Hacemos un evento general, donde pedimos el espacio en la biblioteca y hacemos la presentación oficial de la revista. Hacemos la invitación a nuestros compañeros, y se les hace entrega en físico a los asistentes. Se trata de extender la invitación no solo a nuestros compañeros sino también a la facultad de ciencias humanas.

¿De cuánto es el presupuesto que manejan para la publicación?

Usualmente nosotros pedimos 500 revistas, y es un presupuesto aproximadamente de 8 millones de pesos. Y se publica anualmente.

2017

Universidad de
Cartagena

Claudia Gómez
Francisco Merlano
Sergio Nieves
Edgar Durango

[Escribir el nombre del
autor]

[PROPUESTA COMERCIAL]

Este proyecto es hecho por hechos por estudiantes, para estudiantes.



REVISTA HABLATE

La producción de conocimiento científico es una actividad fundamental para el desarrollo de los países, y la difusión de conocimiento mediante revistas especializadas es una característica central de las universidades del siglo XXI.

En nuestro caso la creación de una revista universitaria para el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, nos permitió mostrar las aptitudes profesionales y el nivel académico que actualmente tienen los estudiantes de la universidad, así mismo contribuye a los procesos de fortalecimiento en la calidad de la educación tales como la autoevaluación mediante la práctica, y la articulación del trabajo docente y la investigación.

Este proyecto es la continuidad de una iniciativa propuesta en clases, que busca abrir un espacio académico-cultural y de visibilización de los trabajos de los estudiantes hechos en clases, por medio de la creación de un medio de comunicación representativo para el programa de Comunicación Social como lo es la revista **Háblate**.



EXPERIENCIA PARA LOS ESTUDIANTES

La experiencia de una revista universitaria hecha por estudiantes para estudiantes, es tan enriquecedora que la han adoptado varias universidades a nivel nacional como: La universidad EAFIT de Medellín y la Universidad del Valle en Cali.

Estos proyectos fueron creados a partir de un estudio sobre la importancia de construir un modelo pedagógico propio para la enseñanza del periodismo, que puede explorar los niveles y alcances tanto de los estudiantes del pregrado de Comunicación en sí, como del modelo pedagógico que subyace a ellos.

Revista Lexicalia de la Universidad del Valle en Cali.





USTED, ES NUESTRO ALIADO!!!

- ❖ Más que relaciones comerciales, la revista **Háblate**, pretende generar alianzas y relaciones a largo plazo, con empresas y marcas Cartageneras y Colombianas, que al patrocinar nuestras secciones por al menos 6 meses, obtendrá beneficios como:
- ❖ Comprar al precio de hoy, la audiencia creciente del mañana. Además la compra de una página en nuestra revista como inversión publicitaria resulta la más económica de la ciudad.
- ❖ El cálculo de esta propuesta se basa en la audiencia local, y usted recibirá el beneficio de todo el crecimiento de los siguientes 12 meses.



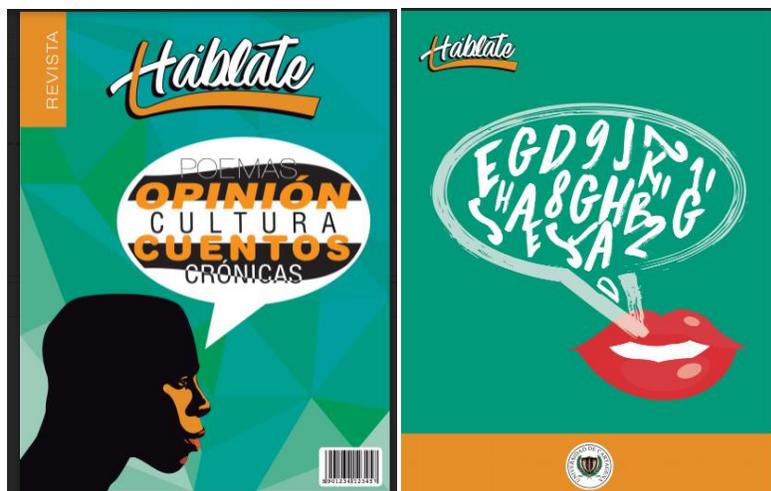
ESPACIOS EN LA REVISTA HÁBLATE

- ❖ Manejamos espacios para su comodidad en un tiraje de 1000 mil ejemplares.

PERIODOS	TARIFAS
Anualidad x 2 ediciones. 2 páginas completas	\$700.000
2 páginas x 1 edición	\$400.000
1 página x edición	\$300.000
½ página x edición.	\$200.00
¼ pagina x edición.	\$150.000



SI ESTÁN INTERESADOS EN LA PROPUESTA



Les pedimos encarecidamente que nos contesten con una respuesta positiva o negativa, o se pongan en contacto para mayor información con nuestra oficina en el teléfono 3216517967 o al Correo electrónico udcrevistacomunicacion@gmail.com

¡GRACIAS POR ELEGIRNOS!

