

**Propuesta de proyecto editorial para la creación de
una revista digital de divulgación orientada a la
producción de músicos, creativos audiovisuales y
artistas plásticos activos del Valle de Aburrá.**



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
1803

Laura Catalina Blandón Isaza

Asesor:

Juan Camilo Vallejo

Universidad de Antioquia

Escuela Interamericana de Bibliotecología

Especialización en Edición de Publicaciones

2018

*“El arte y el amor son lo mismo:
es el proceso de verse en cosas que no son ustedes”*

-Chuck Klostreman-

Contenido

Resumen.....	8
Palabras Claves.	8
Abstract	9
Keywords.	9
Introducción	10
Anteproyecto.....	12
1. Planteamiento del Problema.....	13
2. Justificación.....	15
3. Objetivos	17
3.1 General.	17
3.2 Específicos.	17
4. Marco conceptual	18
4.1 La comunicación de la cultura.	19
4.2 El arte local y la construcción de cultura.	21
4.3 Las nuevas tecnologías de la información.....	23
4.4 Editores de plataformas interactivas.....	27
4.5 La revista digital.....	29
4.6 La arquitectura de la Información.	30
5. Metodología	32
Tabla 1. Cronograma por etapas:	32
5. 1: Exploración de fuentes, antecedentes y fundamentos teóricos.	33
Figura 1: Tabla de recolección de citas.....	33
Tabla 2. Herramienta de recolección de datos.	34
5.2: Desarrollo del modelo de proyecto de editorial.	34
5.3: Aplicación del modelo de proyecto editorial a la revista.	35
5.4: Creación de prueba piloto.	36
Figura 2. Plataforma.....	36
Recolección y Análisis de Información.....	37
6. Análisis de Referentes.....	38
6.1 Publicaciones Académicas.	39
Tabla 3. Publicaciones Académicas.....	40

6.2 Revistas de Arte y Cultura.	40
Tabla 4. Revistas de Arte y Cultura.	40
6.3 Trabajos académicos.	41
<i>El diseño artístico de la revista claridad, por María Cristina Fukelman.</i>	41
<i>Diseño de revista para promover y difundir el arte emergente en la ciudad de Puebla, por Anyi Verónica Bravo Valerdi.</i>	42
<i>TFG. Proyecto de diseño editorial: Concepción de la revista MAY y prototipo impreso, por María Ángeles Parejo.</i>	42
6.4 Hallazgos.....	43
Rasgos de las publicaciones académicas y científicas.	43
Rasgos de las publicaciones de divulgación artística y cultural.....	43
7. Descripción del modelo de proyecto editorial para una revista digital de divulgación.....	44
7.1 Edición tradicional.	44
7.2 Políticas de evaluación de las revistas académicas, científicas y OJS.	46
7.3 Arquitectura de la Información.	46
7.4 Fases del modelo de proyecto editorial.	47
Figura 3. Fases Editoriales.	47
<i>Fase 1. Identificación de contexto.</i>	48
<i>Fase 2. Definición de línea editorial.</i>	48
<i>Fase 3. Estructura de contenidos.</i>	50
<i>Fase 4. Productos de Publicación.</i>	51
<i>Fase 5. Medición de Indicadores.</i>	51
Proyecto Editorial para la Revista Digital 1000 Figuras y Conclusiones.	53
8. Aplicación de las Fases Editoriales a la Revista 1000 Figuras.	54
<i>Fase 1. Identificación de contexto.</i>	54
<i>Fase 2. Definición de línea editorial.</i>	55
<i>Fase 3. Estructura de contenidos.</i>	58
<i>Fase 4. Productos de Publicación.</i>	59
Figura 4. Plataforma web.	60
Figura 5. Plataforma web smarphone.....	60
Figura 6. Navegación global.	61
Figura 7. Navegación Local.	61
Figura 8. Navegación Contextual.....	62
<i>Fase 5. Medición de Indicadores.</i>	62

Figura 9. Cibermetría	63
Figura 10. Facebook.....	63
Figura 11. Instagram.	64
Figura 12. Youtube.....	64
9. Conclusiones y recomendaciones.....	65
Referencias.....	68

Contenido de Tablas:

Tabla 1. Cronograma por etapas:	32
Tabla 2. Herramienta de recolección de datos.	34
Tabla 3. Publicaciones Académicas.....	40
Tabla 4. Revistas de Arte y Cultura.	40

Contenido de Figuras:

Figura 1: Tabla de recolección de citas.....	33
Figura 2. Plataforma.	36
Figura 3. Fases Editoriales.....	47
Figura 4. Plataforma web.....	60
Figura 5. Plataforma web smarphone.	60
Figura 6. Navegación global.	61
Figura 7. Navegación Local.....	61
Figura 8. Navegación Contextual.	62
Figura 9. Cibermetría.....	63
Figura 10. Facebook.	63
Figura 11. Instagram.....	64
Figura 12. Youtube.	64

Resumen

Esta monografía nace a partir de una inquietud sobre la divulgación del arte emergente, se desarrolla por medio de un sondeo que relaciona la cantidad de publicaciones periódicas sobre arte y cultura que circulan en el Valle de Aburrá, con el número de instituciones de carácter cultural y académico, identificando la necesidad de divulgación de contenidos en dicha temática. Seguidamente, se realiza un rastreo documental en el cual se describen algunos de los rasgos editoriales más significativos en revistas académicas, de divulgación y en trabajos de posgrados sobre la edición de publicaciones seriadas en arte y cultura de América Latina. Por último, luego de realizar un análisis de la información obtenida y de las teorías recopiladas, se estructura un modelo de proyecto editorial para la creación de una revista de divulgación cultural que tenga como foco principal a los artistas emergentes del Valle de Aburrá.

Palabras Claves.

Proyecto editorial, Revista digital, Difusión en medios digitales, Proceso editorial, Iniciativa cultural, Difusión del arte.

Abstract

This monograph is born from a concern about the dissemination of emerging art, is developed by means of a survey that relates the amount of periodic publications on art and culture that circulate in the Aburrá Valley, with the number of cultural institutions and academic, identifying the need for disclosure of content in this subject. Next, a documentary tracking is done in which some of the most significant editorial features in academic journals, dissemination and post-graduate work on the publication of serial publications in art and culture of Latin America are described. Finally, after carrying out an analysis of the information obtained and the theories compiled, a model editorial project is structured for the creation of a cultural dissemination magazine that has as its main focus the emerging artists of the Aburrá Valley.

Keywords.

Editorial project, Digital magazine, Diffusion in digital media, Editorial process, Cultural initiative, Diffusion of art.

Introducción

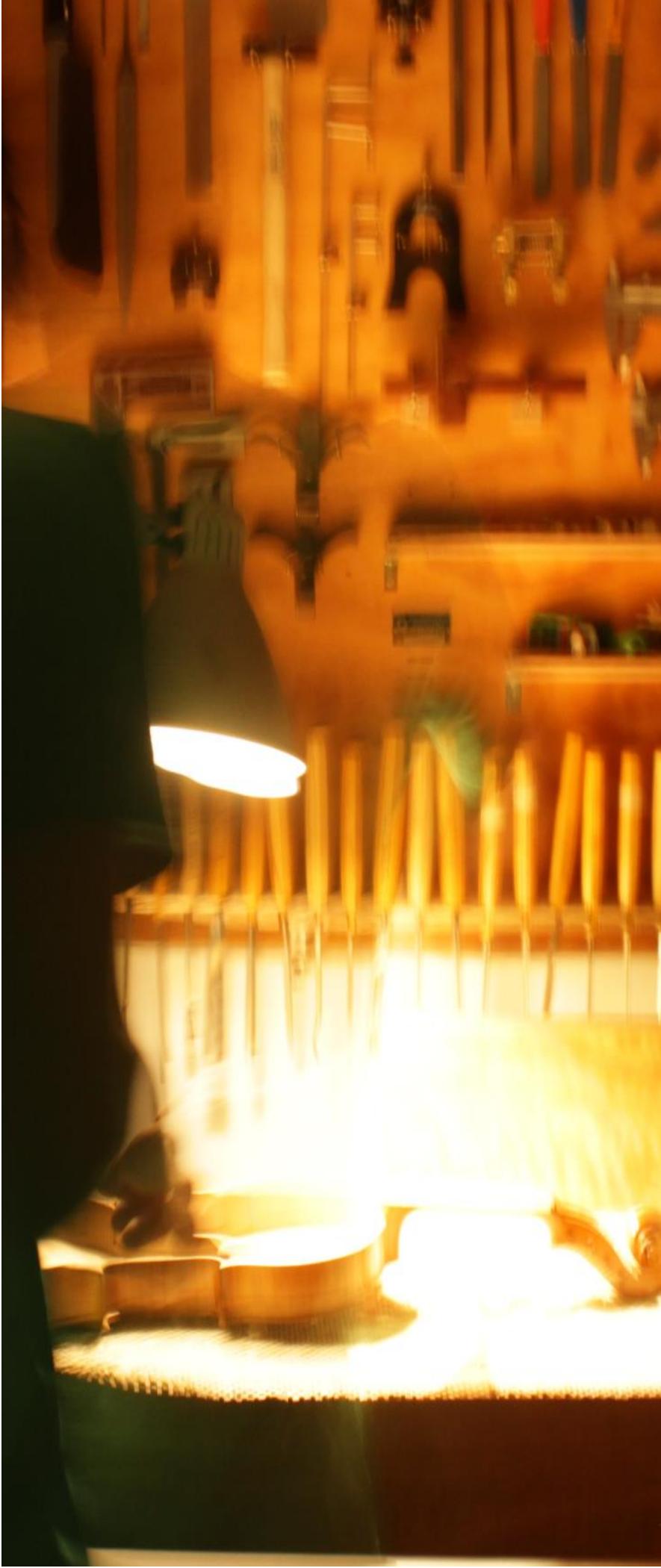
Desarrollar una propuesta de proyecto editorial para una revista digital, inicialmente parece un proceso sencillo por medio del cual se ponen en práctica los saberes adquiridos de la edición; sin embargo, en el desarrollo del trabajo contenido en este documento, se hace evidente que se trata de un proceso más robusto, que requiere de investigación y buena capacidad de análisis. Pensar en términos de desarrollo de un proyecto editorial, es como permanecer en dos realidades opuestas al mismo tiempo, ya que implica toda la creatividad e imaginación de quien lo desarrolla y, simultáneamente exige el compromiso necesario materializarlo en el plano real, el cual por momentos, no es muy amigable con los procesos que no tienen una recompensa inmediata.

Inicialmente el proyecto comienza con la identificación de los pocos medios de comunicación dedicados a exaltar la labor de los artistas dentro del Valle de Aburrá y prosigue, con un rastreo de publicaciones seriadas similares en el contexto Latinoamericano, por lo cual, luego de realizar un análisis profundo de la información recogida, no se pudo identificar un modelo metodológico aplicable a la creación de un proyecto editorial para una revista divulgativa digital orientada a resaltar la producción de los artistas locales.

Luego de haber reconocido la escasez de herramientas para dicho propósito, se prosiguió a recoger de las teorías editoriales, las políticas de las revistas científicas y académicas, el gestor Open Journal System y la Arquitectura de la Información, los elementos claves para formular un modelo de proyecto editorial que estuviera de acuerdo a los objetivos planteados. En este punto, se plantearon cinco fases de acción básicas: Identificación de contexto, Definición de línea editorial, Estructura de contenidos,

productos de publicación y Medición de indicadores; todas orientadas a la atención de factores que intervienen en el perfeccionamiento y la supervivencia de una publicación seriada de carácter divulgativo.

Finalmente se aplicó cada fase al proyecto editorial de la *Revista 1000 Figuras*©, que es el producto del presente trabajo y atiende a las necesidades de divulgación del arte local identificados al inicio del proceso y de la cual se presentó una versión digital de prueba. Se llega a varias conclusiones a partir del camino recorrido, dentro de las cuales una de las más aportantes, es la facilidad de uso del modelo propuesto y su adaptabilidad a otros proyectos editoriales que lo consideren útil para su propio desarrollo.



Anteproyecto.

1. Planteamiento del Problema

Actualmente en la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana se encuentran ocho centros de formación superior en Artes, entre ellos dos de las universidades con más calidad educativa del país: la Universidad de Antioquia y la Universidad Nacional; otros tres, hacen parte de la cultura artística de la región que son la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, la Fundación Universitaria de Bellas Artes de Medellín y la Academia Superior de Artes; sumadas a los programas relativamente nuevos que han abierto la Institución Universitaria ITM, la Universidad EAFIT y la Institución Universitaria Salazar y Herrera.

La ciudad también tiene aproximadamente quince museos de diferente índole, desde especializados en entomología hasta museos interactivos itinerantes; y en materia de arte, se encuentran dos de los más reconocidos a nivel nacional y mencionados internacionalmente que son el Museo de Arte Moderno y el Museo de Antioquia, seguidos por la Casa Museo Pedronel Gómez y El Museo Casa de la Memoria, que aun siendo temáticos, abarcan bastante del patrimonio artístico de la ciudad. Cabe mencionar que dentro de esta categoría también se encuentra el Museo Universitario de la Universidad de Antioquia, como uno de los que más trayectoria y solidez ha tenido a través de la historia local.

Dadas las proporciones de oferta artística, se deduce que hay una demanda interesante en el consumo de este tipo de contenidos, sin embargo, dentro del rastreo de información realizado, no se encontraron registros divulgativos suficientes en las páginas gubernamentales, ni en puntos de consulta institucionales que abordaran estas temáticas. Así mismo, dentro de la exploración realizada, faltaron metodologías editoriales para el

desarrollo de proyectos de revistas orientadas a la divulgación de la producción artística local. También se hallaron las publicaciones seriadas del Museo Universitario de la Universidad de Antioquia y su Facultad de Artes, que ponen en circulación revistas especializadas y de carácter académico, con poco énfasis en la producción artística local; y por otro, la fundación Universitaria de Bellas Artes de Medellín que publica la Revista Progresivo, enfocada a la producción artística local, pero carente de un proceso editorial constante.

Cabe mencionar, que dentro de las metodologías editoriales para la creación de revistas, tampoco se halló un modelo que se ajustara a las necesidades de un proyecto de divulgación en el ámbito artístico o cultural; las redes sociales y los medios alternativos de difusión, son en la actualidad la principales plataformas para darse a conocer dentro de la comunidad de artistas locales del Valle de Aburrá, lo que nos lleva a la pregunta problematizadora del presente proyecto:

¿Qué modelo metodológico se puede plantear a un proyecto editorial para una revista digital de carácter divulgativo, orientada a la producción de músicos, creativos audiovisuales y artistas plásticos del Valle de Aburrá?

2. Justificación

De acuerdo a lo expuesto en el rastreo inicial de datos, se revela que sin lugar a dudas la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá cuentan con una cantidad significativa de personas interesadas en temas relacionados con el arte, y que al mismo tiempo, se tienen pocos medios de difusión dispuestos a dar a conocer la producción artística local emergente. Los procesos de creación en esta área del conocimiento dentro del Valle de Aburrá, en su mayoría no son documentados de manera formal, no cuentan con un registro continuo al alcance de la población que garantice su divulgación como patrimonio, situación que dificulta el reconocimiento de valiosas manifestaciones del pensamiento y la creatividad.

Si se observa la historia de la divulgación científica, se notará como las publicaciones seriadas se convirtieron en agentes de difusión por excelencia desde la segunda mitad del siglo XVII, cuando para poder dar a conocer los resultados de las investigaciones, el medio que se utilizaba y que aún sigue vigente (en diferentes formatos), fueron las revistas. De igual forma ocurre con el arte y la cultura aunque en menor medida, como lo expresa Vigna (2015) “Las revistas culturales han servido también como plataformas de legitimación desde donde numerosos autores han sabido construir su lugar dentro del campo” (p. 24). Lo que indica que se hace precisa la creación de medios que faciliten el registro y la divulgación de estas creaciones, de tal manera que sirvan como puente para impulsar nuevas iniciativas alrededor del arte local, favoreciendo la postulación de nuevos discursos en la percepción del arte como un conjunto de manifestaciones del pensamiento complejo y las sensibilidades humanas, y ¿por qué no?, sustituyendo las ideas que las reducen a meros productos de consumo o de modas pasajeras.

Aparte de la identificación de una necesidad y su posible solución, en este caso es necesario hallar no sólo el medio, sino también el formato adecuado para que la información llegue a la población objetivo y genere un impacto favorable para los artistas, editores y a la comunidad usuaria. Ante lo cual Moral (2001) plantea que las revistas electrónicas

Implican unas ventajas considerables, por un lado estas publicaciones digitales suponen un bajo coste, dado que se reduce el gasto económico que conlleva el papel, el material fotográfico, etc. Y por otro, garantizan un margen de distribución mucho más amplio, puesto que el acceso a la misma en ocasiones desborda las expectativas, propiciando una mayor accesibilidad, a diferencia de otra clase de publicaciones de una distribución limitada por el número de ejemplares editados.

Además, poseen otra peculiaridad, y es [que] las revistas electrónicas por su formato de acceso y la facilidad que presentan para la participación en línea a través de los distintos servicios de comunicación que ofrece la red, generan una alta conectividad que permite un intercambio más fluido entre autores y lectores.

Como se puede ver manifiesto en la anterior cita, la creación de una revista digital de carácter divulgativo, implica la consideración de variables que van más allá de identificar una necesidad informativa y requieren del uso de una metodología estratégica que haga posible su permanencia en el medio. La planeación es fundamental a la hora de iniciar la construcción de un proyecto editorial, por lo tanto es preciso establecer un modelo para conseguir estos fines.

3. Objetivos

3.1 General.

Plantear un modelo de proyecto editorial para la creación de una revista digital que difunda la producción de músicos, creativos audiovisuales y artistas plásticos activos en el Valle de Aburrá.

3.2 Específicos.

1. Realizar un rastreo de fuentes que permita identificar algunos rasgos importantes para la edición de revistas de arte y cultura en Latinoamérica.
2. Plantear un modelo de proyecto editorial de acuerdo a la información obtenida, que responda a las necesidades de una revista digital orientada a la difusión del arte y cultura.
3. Aplicar el modelo de proyecto editorial para la publicación de una revista digital orientada a la difusión de la producción artística de los músicos, creativos audiovisuales y artistas plásticos del Valle de Aburrá.

4. Marco conceptual

“Los avances y evolución de la humanidad dependen de los avances y evolución en sus procesos de percepción, comunicación y lenguaje. Los dos van íntimamente ligados.”

-Luis López Forero-

La comunicación es una propiedad primordial de la vida, tanto las plantas como los animales hacen uso de ella para perpetuar su desarrollo en el tiempo. Los avances de la ciencia, han demostrado que aún elementos inertes como el agua, pueden tener alguna función comunicativa, permitiéndonos pensar que quizás todavía nos falta mucho por descubrir con relación a esta facultad y su función.

En la especie humana, la comunicación es la plataforma sobre la que se ha construido toda la civilización, desde la historia antigua hasta la presente, se han escrito mensajes en algún tipo de código o se ha transmitido de manera oral. Los humanos hemos creado a través de nuestros lenguajes cada vez más abstractos y complejos, una infinita forma de transmitir ideas, sentimientos e imaginaciones que nos han permitido construir o decosntuir el mundo tal como lo conocemos ahora. La época actual, es la era de la información y, por lo tanto, la de las comunicaciones, la mayoría de personas del planeta crean diariamente contenidos comunicativos que expresa a través de los medios que tiene a su disposición, la comunicación es constante, nos inunda y es elemento imprescindible para la construcción de la cultura.

Hablar de arte es igualmente amplio que tocar el tema de las comunicaciones, tiene múltiples formas de interpretación y así mismo cientos de puntos de vista desde los que se puede dar un significado a su existencia o a la necesidad que tiene el hombre de expresarse,

también es una forma de transmitir un mensaje y evidentemente de construir cultura. En el desarrollo del presente capítulo, se relacionarán los aspectos que unen la comunicación de la cultura, el arte local en la construcción de cultura, las nuevas tecnologías de la información y el reto editorial al que se enfrentan los constructores de las plataformas interactivas.

4.1 La comunicación de la cultura.

Las culturas se componen de la transmisión de ideas y percepciones, marcan la vida de los seres humanos delimitando rasgos tan propios como los hábitos alimenticios, esta información nos rodea desde que estamos niños hasta nuestro último día de vida, y lo que llamamos cultura hace parte de lo que somos sin consentimiento, simplemente esa información está allí, hace parte de nuestra hábitat, casi tan natural como el oxígeno que nos rodea, pero mucho más compleja de lo que cualquiera se pudiera imaginar. Como lo expone Luis López Forero citando a Alfred G. Smith (1988) “gente diferente se comunica de diferentes maneras, como lo hace la gente de distintas sociedades en todo el mundo. Y la manera como la gente se comunica es la manera como vive” (23 p.). La cultura y la comunicación son elementos que van de la mano en la construcción social.

No obstante, hablar de comunicación es ahondar en un tema al que cada vez se le van desdibujando más los límites, pasamos de pensar que era un fenómeno unidireccional de tres componentes (emisor, receptor y mensaje) a considerar la posibilidad de que nos estamos comunicando todo el tiempo y que incluso nuestros cuerpos en reposo sufren procesos de comunicación interna mientras dormimos. Hacemos parte de un entramado comunicativo cada momento y este construye de cierta forma nuestra realidad, los

descubrimientos científicos y la ciencia ficción nos han llevado a pensar en realidades hechas solo de información al mejor estilo de *Matrix*.

Aunque las formas de abordar el tema son infinitas, lo que nos compete en este momento es observar la comunicación como un agente de la cultura y para lograrlo, solamente tenemos que observar sus propósitos “La principal función de la comunicación ha sido la conservación del saber acumulado por la humanidad a lo largo de toda su historia. En un comienzo esta función se cumplía a través de la llamada “tradición oral”, basada en la simple memoria que transmitía el patrimonio cultural de generación en generación. Actualmente y gracias al desarrollo tecnológico, la sociedad dispone de sofisticadas máquinas cibernéticas para esta labor: libros, periódicos, revistas” (López, 2003, p. 93).

Entonces podríamos inferir que siendo la cultura lo que se transmite y la comunicación el medio, mientras mejores sean los canales comunicativos, mejor será la recepción cultural que tendrá el mensaje enviado. Resaltar este aspecto quizás pueda sonar repetitivo e innecesario, pero es sin duda el método por medio del cual podemos apersonarnos con tanta facilidad a marcas extranjeras y usos del lenguaje con los cuales nos bombardean por diferentes medios. Tomar conciencia de este fenómeno, permite replantear las formas y los contenidos que quisiéramos hicieran parte de nuestra cultura, desplazándola de un plano circunstancial para convertirla en una situación causal y aunque los que en la actualidad no pueden realizar este cambio con miras al pasado, podrían plantar una semilla de transformación para el futuro. Seydel (2014) dice:

“En 1980 empezó a llamarse “memoria cultural”, una memoria que no sólo se crea con base en relatos orales y la interacción cotidiana —es decir, el medio de la voz— sino a través del uso de diversos soportes. Estos permiten almacenar y divulgar las versiones del pasado en espacios más grandes que los que constituyen los entornos de la memoria de los que hablaba Halbwachs. Jan Assmann describe los procesos de estabilización de la memoria cultural en que intervienen las diversas instituciones y medios, en tanto que Astrid Erll explora los procesos de dinamización de la memoria cultural que se producen en nuestras sociedades actuales mediáticas a través de la remediatización y premediatización, así como la mayor accesibilidad de los medios electrónicos para un amplio público” (15 p.).

La construcción de la cultura colectiva y los medios que se usa para ello (revistas, televisión, medios web), son una realidad tangible que como lo podemos ver en la cita no es nada nuevo para los estudiosos del área, pero que de alguna forma se ha demorado en entrar dentro de los intereses de una buena parte de las personas que crean los contenidos culturales, prueba de ello son los pocos estudios académicos que se encuentran con relación al número de publicaciones de revistas digitales en Latinoamérica que aborden las temáticas relacionadas con el arte, lo que implicaría quizás un trabajo más empírico, técnico o artesanal en la elaboración de las mismas.

4.2 El arte local y la construcción de cultura.

Llegados al punto en donde se comprende que la construcción de la cultura puede ser un proceso premeditado y consiente, es cuando la comunicación y los medios cobran un carácter estratégico para todo lo que se quiere promover, “La importancia de la

comunicación deriva de su rol como agente social y de su función esencial, permanente e inherente al ser humano. La comunicación es la materia prima de la cultura de un pueblo” (López, 2003, p. 25). Y aunque vemos a las costumbres convertirse en rasgos culturales con el pasar del tiempo, son los procesos comunicativos los que fijan esos rasgos en la memoria de las personas pertenecientes a un área geográfica.

Actualmente la cultura que se promueve de forma más agresiva y es imposible negar su incidencia hasta en los aspectos más simples de la vida humana es la cultura del consumo, que está siempre dispuesta a sugerirte por medio de campañas persuasivas, en qué actividades y objetos sería mejor invertir tus recursos. López (2003) describe el panorama actual de una manera muy clara “Los grandes problemas que aquejan ahora a la comunicación humana se derivan del uso autoritario, vertical, enmudecedor y anticomunitario que se hace de ella” (26 p.). ¿Cómo utilizar esa maleabilidad a favor de las comunidades? Este sería entonces un cuestionamiento vital si se pretende conservar algo de autonomía en lo que se podría denominar como “cultura globalizada”. Resistir la infiltración de modelos culturales que favorecen a los agentes económicos imperantes, viene de un trabajo dedicado y consiente, en donde se haga uso de la forma más efectiva de los medios que ellos mismos han creado para generar un mayor impacto de sus productos.

El arte, por ejemplo, está mutando a pasos cortos pero certeros, pues con la aparición de la Web 2.0 y 3.0, se ha comenzado a hablar del concepto “comunidades” que le da un carácter colaborativo a la promoción de las obras de los artistas emergentes y tal como lo afirma Seydel. (2014) “Si los objetos y medios externos como las fotografías, diarios y notas son importantes en los niveles de la memoria individual y comunicativa, tanto más son significativos para la constitución de la memoria en contextos socio-

culturales, proceso en el que se diversifican los medios y soportes para plasmar y divulgar las diversas representaciones simbólicas” (p.25).

Las artes y más las locales, si quieren darse a conocer y construir una cultura sensible a los diferentes procesos de creación propios de sus técnicas, requiere en la actualidad figurar dentro de los procesos de comunicación cultural que se encuentran a su disposición. Es necesario “asumir la tecnología como una nueva realidad social [que en buena medida] principia el entendimiento entre la ciencia informática y las ciencias humanas. Los cambios técnicos transforman rápidamente entornos humanos. La sincronía entre velocidad tecnológica y adaptación del hombre a las tendencias innovadoras y de conectividad será pieza garante del mantenimiento del sistema cultural y social” (Sánchez, Botero, & Giraldo, 2012, p. 24).

Por lo tanto, los personajes que de una u otra manera hacen parte de la comunidad de artistas de cualquier parte del mundo, se encuentra ante el reto de hacer debut con los conocimientos propios en la comunicación cultural, y deberán abordar el tema con seriedad y pleno conocimiento de que la mediación es elemento imprescindible a la hora de hablar tanto de proyección como de construcción de un legado cultural.

4.3 Las nuevas tecnologías de la información.

Es mucho lo que se puede decir con relación a las nuevas tecnologías de la información, pero con lo que respecta a la comunicación cultural y omitiendo el hecho de que el uso de las TICs sea en sí mismo una cultura, una de sus bondades comunicativas es que “permite, como ningún otro medio, utilizar todos los lenguajes disponibles: la escritura, la oralidad, la imagen fija, el video, la animación [...] lo que potencia que una historia pueda contarse de

distintas maneras complementando los recursos” (Vidal, 2005, pp. 21-22). Este hecho ayuda sin lugar a dudas a lograr un impacto mayor que la mera expresión escrita o fotográfica, pues la adecuada estimulación de los sentidos permitirá que un hecho pase a ser parte de la memoria de un espectador, y esto es lo que se pretende.

Tal como lo expone López (2003) “no se puede concebir las culturas contemporáneas o la cultura-mundo sin el aporte significativo de los medios masivos, su importancia, difusión y penetración en todos y cada uno de los ámbitos de la vida moderna” (p. 113). La asimilación, comprensión y manejo de las nuevas tecnologías, se convierten en conocimientos vitales cuando lo que se pretende es transmitir una idea, las artes y la cultura en general no se encuentran exentas de este fenómeno, pero para hacerlo se deben tener en cuenta algunas variables importantes que harán posible lograr el objetivo planteado.

En primer lugar hay que comprender el funcionamiento de las comunicaciones que se generan en los medios web, Roldán (2016) lo describe como: “Las comunidades se gestan, en principio, con la búsqueda de información y el intercambio de esta. Posteriormente, esa información se sitúa en un contexto cultural que permite a los individuos apropiarse de ese conocimiento para crear comunidades, dando lugar a la puesta en escena de intercambios de juicios de valor de un producto, un bien, un servicio, una marca, una experiencia, conflictos, clarificaciones o relaciones entorno a unos rasgos distintivos que permiten adoptar nuevas formas de aprehensión cultural, colectivas e interpersonales, dando paso así a las distintas percepciones del consumo. Lo que comenzó como una búsqueda de información se transformó en una fuente de reacción de comunidades” (p. 18).

En segundo lugar asumir que de nada nos sirven los estigmas de resistencia contra los medios de comunicación que vinieron para quedarse, y por el contrario aceptar que “la principal función de la comunicación ha sido la conservación del saber acumulado por la humanidad a lo largo de toda su historia. En un comienzo esta función se cumplía a través de la llamada “tradicición oral”, basada en la simple memoria que transmitía el patrimonio cultural de generación en generación. Actualmente y gracias al desarrollo tecnológico, la sociedad dispone de sofisticadas máquinas cibernéticas para esta labor: libros, periódicos, revistas” (López, 2003, p. 93). Por lo tanto, realizar la transición de paradigma cuanto antes, proporcionará la maestría y responsabilidad ética del uso de los nuevos medios.

Y como tercero, la necesidad de interactividad propia del público de la actualidad, para lo cual Sánchez, Botero & Giraldo concuerdan en que “el modelo que está orientado a las organizaciones culturales, sean estas públicas o privadas, privilegian las interacciones, con el fin de generar procesos comunicacionales que impacten aspectos atinentes a la inter y multiculturalidad” (118 p.).

Las particularidades que desarrollan las sociedades a través de la historia, son las que crean sus propias formas de comunicación, y en la actualidad “la novedad radica en que la herramienta que se utiliza para trabajar es la misma que destinamos para el ocio y la diversión; así, se configura una ruptura: la información digital se convierte en materia prima corriente para la mayoría de transacciones sociales, económicas y culturales” (176 p.). Esto implica directamente la inmediatez y facilidad de acceso a información precisa y cada vez de mejor calidad, como necesidad para los usuarios y al mismo tiempo para los productores de contenidos.

Aparentemente es un detalle de fácil comprensión, algo que no tienen mayores implicaciones, que todas las personas han escuchado en algún momento, y efectivamente puede que sea así, pero por pequeño que parezca, estamos ante un cambio de paradigma igual de importante al que se enfrentaron nuestros antepasados con la creación de la imprenta. Estas nuevas tecnologías implican un cambio no solo en la manera en que están dispuesta la información, sino también en el tipo de usuario que la consume. Velásquez (2007) expone una de las principales particularidades que tiene la información por los nuevos medios de comunicación, con la nueva tipología de usuarios que la consume de la siguiente forma “la lectura en ambientes digitales organizados bajo estructuras de red, se hace inmersiva y participativa. De esta forma, la lectura se relaciona con la inmersión en un espacio de información navegable” (15 p.).

Por lo tanto acoger los medios de comunicación dispuestos por los cambios que ofrecen las nuevas tecnologías (que ya no son tan nuevas), innovar con la disposición de la información y generar conocimientos que hablen de manera si no científica por lo menos técnica, de las propiedades que deben tener dichas publicaciones, no es una opción con posibilidades de omitir, debe hacerse en cada momento en el que se pretenda hacer público algún tipo de contenido comunicativo y más si el propósito del mensaje es aportar a los tejidos culturales. Según Sánchez (2012) Si las redes son la representación y modelación de la realidad a la que suplantán y superan; de alguna forma se convierten en la sociedad actual, que es la sociedad de la información, en el nuevo espacio de interacción de los actores que participan en el proceso comunicativo.

4.4 Editores de plataformas interactivas.

Finalmente y uno de los temas que más relevancia tienen dentro de la disposición de información en medios digitales, es la edición de los mismos y los retos que aparecen de la mano de las nuevas innovaciones.

“La labor del editor de impresos incluye la estructuración de la obra, además de hacer de la pieza que se va a publicar una obra apropiada para el público previsto, la edición cubre el proceso de evaluación del concepto de una publicación, la organización, la forma y el estilo, haciéndolo apropiado para quienes lo van a leer. Entre tanto, la arquitectura de la información se entiende, de acuerdo con su primera definición por Richard Wurman (1989), como: “El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información” (p.10) También, junto con los autores Louis Rosenfeld y Peter Morville (1998), cuya producción ha sido fundamental para establecer el campo de la arquitectura de información, al replantear el papel del bibliotecólogo dentro del contexto de la sociedad de la información, este término se debe entender como: “El arte y la ciencia de estructurar y clasificar sitios web e intranets con el fin de ayudar a los usuarios a encontrar y manejar la información” ese artefacto y la manera como se va a ordenar y adquirir la información, entre otros aspectos. En otras palabras, el arquitecto de la información es el editor de impresos en los ambientes digitales” (Velásquez, 2007, p. 16).

La labor que cumplen los editores o los gestores de contenidos no ha sido tan estudiada ni relevante como las lógicas de uso y de impacto de los nuevos medios, sin embargo es el nuevo reto al que se enfrentan los editores; Velásquez (2007) nos dice que “la arquitectura de la información debe encargarse de la selección, organización y disposición de la información en un sistema digital interactivo, lo que determina una diferencia fundamental, marcada por la tecnología del medio en el que se inserta” (16 p.). Y que “Tanto la comunicación como la ciencia de la información aportan elementos conceptuales que construyen un marco dentro del cual se pueden comprender las propiedades expresivas y representacionales de los medios digitales, como la interactividad, la navegabilidad, su habilidad para recuperar y mostrar información y la modelación de espacios de información navegables. Por esto, no es gratuito ni azaroso que la comprensión de las nuevas tecnologías digitales se haga desde sus posibilidades expresivas y representacionales, y que esta comprensión nos lleve a pensar en la convergencia de disciplinas para responder a la aparición de nuevas tecnologías, nuevas prácticas y nuevos oficios” (189 p.).

La disposición de los contenidos comunicativos en los nuevos medios digitales, es un compromiso con la construcción de la cultura; si lo que se pretende es dar a conocer algún aspecto de la misma, no se puede dudar ni un solo momento en la pertinencia de su presencia dentro de los medios digitales que están construyendo en la actualidad los entramados de la sociedad moderna.

4.5 La revista digital.

Las revistas ven sus inicios en el seno de la comunidad científica en la segunda mitad del siglo XVII con la revolución de la imprenta, se comienzan a sacar tirajes de revistas con el fin de divulgar los avances en cuanto a inventos y novedades en el campo científico, aspecto que luego se fue expandiendo hasta llegar a abarcar todo tipo de publicación, hasta lo que se conoce hoy como revista digital. Es mucho lo que las revistas han evolucionado de acuerdo al desarrollo tecnológico, la actualidad digital les ha dado nuevas potencialidades en cuanto a costos y alcances, así como las ha puesto ante nuevos retos de interdisciplinariedad y aparente fugacidad; sin embargo, las revistas siguen teniendo la misma misión que hace unos cuantos siglos: comunicar novedades. Ernest Abadal (2006), define las revistas digitales como

Aquella publicación periódica que se distribuye en formato digital. En la práctica eso quiere decir que es accesible a texto completo en Internet, aunque también se considera digital aquella revista que se distribuye en disco óptico (una opción muy usada para enciclopedias pero prácticamente en desuso para revistas), tanto si tiene versión impresa como si no. De hecho, las revistas digitales comparten un conjunto de características con las revistas impresas (hasta la fase de preimpresión), y disponen de un conjunto de rasgos propios (arquitectura, interacciones, funcionalidades, distribución), relacionados con la especificidad del entorno digital (p. 7).

Es de gran importancia tener en cuenta que aun compartiendo características editoriales con la revista física, la revista digital cuenta con una marcada diferencia de interacción, costos y alcance, que hacen que sea una opción muy atractiva para quienes

están iniciando un proyecto editorial de divulgación. Tener en cuenta dichas variables, es fundamental a la hora de hacer la elección del medio por el cual se pretende difundir la información elegida, pues de esta depende el éxito que se alcanzará en cuanto a impacto. Para el presente proyecto, el reconocimiento de la revista digital como la herramienta indicada para el logro de los objetivos, fue un avance importante, pues corrobora la importancia de las habilidades propias del editor para identificar del medio adecuado de difusión, para cada tipo de información.

4.6 La arquitectura de la Información.

La arquitectura de la información, aunque no corresponde específicamente a un modelo editorial en la especificidad de la palabra, si corresponde a una disciplina orientada a la estructuración de la información dispuesta en medios web, con el fin de gestionar hasta donde sea posible la experiencia que va a tener el usuario de la información en el momento de entrar en interacción con el espacio donde se encuentran los datos que busca. Según Morville y Rosenfeld (citados por Carreras Montoto, 2011)

El arquitecto de información es la persona que debe identificar la misión (los objetivos) y la visión (las expectativas de los usuarios) de la página web, determinar los contenidos y funcionalidades de la página, facilitar el acceso mediante sistemas de organización, etiquetado, navegación y búsqueda y planificar en previsión de futuras modificaciones y crecimiento de la página.

Parte de estas características también se encuentran dentro del perfil del editor, lo que implicaría que un arquitecto de la información fuera considerado como editor web, encargado de la gestión y la prospectiva de los contenidos dispuestos en un espacio web. En

el caso de la revista cultural que atañe al presente proyecto, por sus características digitales y la necesidad de generar vínculos de interacción con los usuarios, convierte a la Arquitectura de información, en un modelo editorial óptimo para la construcción de publicaciones en nuevos formatos, entendiéndola tal como lo expone (Montes de Oca, 2005)

La Arquitectura de Información puede considerarse como la disciplina que dispone y determina los contenidos de información y estructurales de un sitio web, a partir de las necesidades y preferencias de la audiencia, con el objetivo de garantizar la calidad final del producto y la plena satisfacción de los usuarios.

La arquitectura de la Información por su parte, es un área de conocimiento compleja y profunda, que abarca desde los aspectos antes mencionados, hasta la creación de hipertextos amigables, que permitan al usuario de la información, a navegar de una forma más interactiva y practica dentro de los contenidos propuestos para la publicación, y aunque a la hora de ejecutar el proyecto como tal, será necesario profundizar en esta teoría para hacerla práctica, para la creación de la propuesta editorial para la creación de una revista digital orientada a los artistas activos de la música, los creativos audiovisuales y los artistas plásticos, el presente ejercicio se centrará en la caracterización de sus elementos más relevantes como fundamento para la gestión adecuada de la revista en un futuro no muy lejano.

5. Metodología

El presente proyecto tuvo un enfoque cualitativo no experimental, centrado en la búsqueda documental. El producto arrojado es de carácter metodológico en cuanto al desarrollo de un modelo de proyecto editorial para una revista de arte local; también puede considerarse prospectivo, pues su impacto social, depende la ejecución futura del proyecto planteado.

El presente fue llevado a cabo en el transcurso del año 2018, en el marco de la Especialización en Edición de Publicaciones ofrecida por la Escuela Interamericana de Bibliotecología en la ciudad de Medellín y se desarrolló en diferentes etapas trimestrales como se expondrá en el siguiente cronograma:

Tabla 1. Cronograma por etapas:

Etapa	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Planteamiento del anteproyecto	■			
Exploración Documental		■		
Planteamiento y construcción del modelo de proyecto editorial			■	
Aplicación del modelo a la revista 1000 Figuras y prueba piloto				■

Cabe resaltar que para la propuesta de modelo de proyecto editorial para una revista digital de divulgación del arte local, se acudió a la práctica de un ejercicio comparativo entre las teorías encontradas y los hallazgos de las búsquedas de referentes; también se ejecutó una reunión con un grupo focal de cinco artistas diferentes del Valle de Aburrá, con

los cuales se determinó el título que llevará la revista como resultado principal de la actividad realizada. La ejecución de todo el proyecto se llevó a cabo en cuatro momentos:

5. 1: Exploración de fuentes, antecedentes y fundamentos teóricos.

En esta etapa se llevó a cabo un rastreo en diferentes fuentes de información documentales en las que se pudieron hallar referentes y teorías que ayudarían a la construcción del modelo de proyecto editorial. Las fuentes seleccionadas para las búsquedas fueron: catálogos de biblioteca, repositorios institucionales, bases de datos, Google Scholar y el buscador de Google.

Para el registro de búsquedas y citas se usó una bitácora, en la cual se registraron las palabras claves con las que se hicieron las búsquedas, los datos generales de la información recuperada (título, autor, etc.), la funcionalidad del hallazgo y algunas observaciones como se muestra a continuación:

Figura 1: Tabla de recolección de citas.

Bitácora de búsquedas										
DATOS BÁSICOS		Nombre del estudiante			Competencia		Iniciadora de información			
Carzo		Yana de conceito			Discarte		Ana Camilo Yaliso			
BUSQUEDA POR PALABRA CLAVE	FECHA	NOMBRE DE LA FUENTE (Buscador, Web, Base de Datos, ...)	CRITERIO(S) DE BÚSQUEDA	NÚMERO RESULTAC.	HALLAZGOS	REFERENCIA	TIPO DE PUBLICACIÓN	URL	OBSERVACION	
Difusión de la Cultura	14.08.2018	Sciase Direct	Documento electrónico	7.660	Memoria social, Cultura, Difusión cultural	Digital, U. (2014). La construcción de la memoria cultural. Acta poética, Volumen 35 (Julio-Diciembre) Recuperado de http://dx.doi.org/10.1016/S002114181400025-3	Artículo de Revistas	http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S002114181400025-3		
Medios electrónicos	14.08.2018	Google Scholar	Documento electrónico	100.306	Producción comunicativa, Medios digitales	Vallbezque, A. (2007). Convergencia en medios digitales: La labor del editor y del arquitecto de información. Símbolo y procesamiento, Volumen XXV (No. 50 cas-jun). Recuperado de: http://revistas.pedagogica.uec.br/index.php/psps/article/view/14620	Artículo de Revistas	http://revistas.pedagogica.uec.br/index.php/psps/article/view/14620		

Con el fin de segmentar la información obtenida, se agrupó en tres tipologías:

Publicaciones académicas y científicas, Revistas de divulgación y Trabajos académicos

luego de dicha segmentación, se usó una tabla de caracterización que permitió identificar

los principales rasgos de cada tipología de publicación; por último, se realizó un análisis de hallazgos que dieron como resultado las pautas para la siguiente fase. A continuación la herramienta usada:

Tabla 2. Herramienta de recolección de datos.

Revista	Institución	Periodicidad	Formato	Acceso	Políticas	Secciones	Plataforma
Artes la Revista	Facultad de artes de la Universidad de Antioquia	Anual	Digital e Impreso	Abierto	Editoriales y de Derechos de Autor.	Artículos, Traducciones, Reseñas, Obras Gráficas y Repositorios Patrimoniales.	OJS
Revista Códice	Museo de la Universidad de Antioquia	Semestral	Digital e Impreso	Abierto	Editoriales y de Derechos de Autor.	Artículos, Traducciones, Reseñas, Reflexiones.	ISSU

5.2: Desarrollo del modelo de proyecto de editorial.

Como principal insumo para el desarrollo del modelo de proyecto editorial, se usaron los resultados del análisis de hallazgos de la búsqueda documental realizada, información que fue organizada posteriormente, teniendo en cuenta las características solicitadas por las políticas de las revistas académicas y científicas, los requisitos del gestor Open Journal System, las particularidades individuales de los portales web de las revistas divulgativas de arte y cultura, algunos de los aspectos más importantes de la Arquitectura de la Información y en menor medida, las características obtenidas por los trabajos académicos; por medio del análisis de esta información se identificaron cinco fases de gran importancia para el desarrollo de un proyecto editorial para una revista digital.

Las fases en las que se construyó el modelo son las siguientes: **Identificación de contexto, Definición de línea editorial, Estructura de contenidos, Productos de Publicación y Medición de Indicadores.** La exposición del modelo de proyecto editorial se realiza de una manera descriptiva y se limita únicamente a los aspectos metodológicos

del mismo que podrán ser aplicados en prospectiva y tienen adaptabilidad a otros proyectos similares.

5.3: Aplicación del modelo de proyecto editorial a la revista.

De acuerdo con la descripción de fases del anterior punto, se diligenció el modelo para la revista del presente proyecto, describiendo de forma detallada bajo los parámetros establecidos la identificación de contexto, definición de línea editorial, estructura de contenidos, productos de publicación y medición de indicadores. Cada una de las fases mencionadas aporta un elemento a tener en cuenta a la hora de crear un proyecto editorial, como se encuentra en la siguiente descripción:

Identificación de contexto: En esta fase se describen los aspectos que rodean a la publicación, como son los usuarios, el marco institucional y el mercado.

Definición de línea editorial: En la línea editorial se describen como su nombre lo indica, todas las características editoriales necesarias para llevar a cabo el proyecto elegido.

Estructura de contenidos: La estructura expone el diseño y las particularidades específicas de los contenidos que va a llevar la publicación.

Productos de publicación: La publicación expone los medios en los que van a ser difundidos los contenidos, si estará en formato físico, digital, si será apoyado por redes sociales y cuáles.

Medición de indicadores: En esta fase se describen las herramientas de retroalimentación y evaluación que va a tener la publicación.

Sumado a esto, para el logro de la recolección de la información necesaria, fue indispensable la realización de un grupo focal dirigido a cinco artistas del Valle de Aburrá, en el cual se intentó dar respuestas a preguntas relacionadas con el impacto y la audiencia, a continuación, la encuesta semiestructurada que se realizó con ellos:



5.4: Creación de prueba piloto.

Para la realización de la prueba piloto se tuvieron en cuenta las teorías propias de la Arquitectura de la información y para la prueba piloto se buscó una plataforma que fuera accesible, conocida y de fácil manejo.

Figura 2. Plataforma.





**Recolección y
Análisis de
Información.**

6. Análisis de Referentes

El presente rastreo de fuentes se realizó con el propósito de hallar proyectos editoriales que abordaran temáticas correspondientes a las diferentes ramas del arte en América, haciendo especial énfasis en Colombia y la ciudad de Medellín. Se tuvieron en cuenta las publicaciones en un rango de diez años y que aún se encuentran activas, con el fin de encontrar particularidades que puedan aportar a la identificación de fases en las que se debe llevar a cabo este tipo de proyecto.

La búsqueda se hizo en dos tipos de gestores de información: el primero y más efectivo en cuanto a resultados, fue la red de **Google** y **Google Scholar**, que por medio de accesos directos a las páginas o por referencias a artículos de revistas, expusieron los portales de las publicaciones digitales más importantes en el tema; y por medio de **repositorios institucionales** como lareferencia.info, [uniandes](http://uniandes.edu.co), [unal](http://unal.edu.co) y [udea](http://udea.edu.co), desde los cuales se encontraron algunos trabajos de grado de educación superior que presentaron diseños de revistas o periódicos de la temática antes mencionada.

En cuanto a la elección de palabras claves para el rastreo de información, se usó el **Tesauro de la UNESCO** como agente normalizador, las palabras seleccionadas fueron las siguientes: Difusión de la Cultura, Medios Electrónicos, Medios de Comunicación, Edición y Edición Electrónica. Dado que los resultados arrojados con las palabras normalizadas no cumplieron con las expectativas, se adicionaron tres palabras de uso común no normalizado con el fin de complementar la información, estas fueron: difusión del arte, revistas de arte, proyecto editorial.

Los resultados encontrados se pueden dividir en tres grupos principales: **Las publicaciones académicas**, nacidas en los contextos de las instituciones de educación superior y que promueven el conocimiento del arte académico como tema principal, estas publicaciones pertenecen en su mayoría al área geográfica de la ciudad de Medellín; **Las revistas de arte** que se eligieron por actualidad, impacto visual, frecuencia de publicación máxima a los seis meses y enfoque temático dirigido al arte y la cultura; y **Los trabajos de grado de educación superior**, que siendo pocos, dan un panorama interesante del desarrollo del proceso editorial como corriente de estudio en la educación universitaria.

Las categorías para la revisión de las publicaciones, se establecieron según los criterios socializados en la Especialización de Edición de Publicaciones, estas son: Nombre de la revista, Institución a la que pertenece, Periodicidad, Formato, Acceso, Políticas, Secciones, Tipología de Artículos, Temática, Plataforma, Tipos de Contenidos y Nivel de Interactividad

A continuación, la información recopilada:

6.1 Publicaciones Académicas.

Se incluye dentro de esta categoría, todas las revistas en formato digital que se encuentran disponibles en la red y que hacen parte de los proyectos académicos de las Instituciones Educativas dedicadas a la formación en artes.

Tabla 3. Publicaciones Académicas.

Revista	Institución	Periodicidad	Formato	Acceso	Políticas	Secciones	Plataforma
Artes la Revista	Facultad de artes de la Universidad de Antioquia	Anual	Digital e Impreso	Abierto	Editoriales y de Derechos de Autor.	Artículos, Traducciones, Reseñas, Obras Gráficas y Repositorios Patrimoniales.	OJS
Revista Códice	Museo de la Universidad de Antioquia	Semestral	Digital e Impreso	Abierto	Editoriales y de Derechos de Autor.	Artículos, Traducciones, Reseñas, Reflexiones.	ISSU
Revista Progresivo	Fundación Universitaria Bellas Artes	No se especifica	Digital e Impreso	Abierto	Editoriales	Artículos Investigativos y Separata Dossier	ISSU
Caiana Revista	Centro Argentino de Investigadores de Arte.	Semestral	Digital	Abierto	Editoriales y de Derechos de Autor.	Artículos Investigativos y Separata Dossier	No identificado

Ficha de creación propia.

6.2 Revistas de Arte y Cultura.

Se incluyen dentro de esta categoría todas las publicaciones que estén relacionadas con arte y cultura, que tengan sus contenidos disponibles de forma digital, bien sea de acceso abierto o cerrado.

Tabla 4. Revistas de Arte y Cultura.

Revista	Institución	Periodicidad	Formato	Acceso	Políticas	Secciones	Plataforma
Art 21 Magazine	Art21 Organización sin Ánimo de Lucro	Trimestral	Digital	Abierto	Editoriales	Artículos y Ensayos	No identificada
Periódico Arteria	Fundación Arteria	No especificado	Digital e Impreso	Abierto	Editoriales	No especificados	No especificados

Revista 192	Revista 192 Proyecto Independiente	Trimestral	Digital e Impreso	Cerrado	No especificadas	Fashion, Beauty, Art, Interview, friends and Family y Films	No Especificados
Revista Kaypunku							
Revista artes y artistas latinoamericanos	No especificado	No especificado	Impreso	Cerrado	Editoriales	No especificadas	Wordpress/ISSU
Revista Arte al día	No especificado	No especificado	Digital e Impreso	Cerrado	No especificado	No especificado	No especificado
La Tundra Revista	La Tundra proyecto independiente	Trimestral	Digital e Impreso	Mixto	Privadas	Arte y diseño, Entrevistas, Lugares, Ruido y Nueces, Letras y Espacios	No especificado
Revista ArtNexus	Fundación ArtNexus- Centro de documentación de arte	Trimestral	Digital	Cerrado	Editoriales y de Derechos de Autor	No especificadas	Arte

Ficha de creación propia.

6.3 Trabajos académicos.

En el caso de diseño de proyectos editoriales como producto de algún tipo de estudio en educación superior, se hallaron por medio de los diferentes motores de búsqueda y repositorios tres ejemplos de trabajos similares a los propuestos por el presente proyecto. Al haberse realizado la búsqueda abarcando el territorio latinoamericano, se puede considerar que el desarrollo de este tipo de proyectos como un área de interés académica, es bastante reducido, sin embargo, se hallan en cada uno de los trabajos particularidades de interés que pueden nutrir el desarrollo del proyecto.

El diseño artístico de la revista claridad, por María Cristina Fukelman.

Esta publicación es un artículo científico que expuso María Cristina Fukelman, una reconocida docente de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata. Dentro de su desarrollo se aborda las características del diseño de una revista que ya no

circula, llamada Claridad; dentro de este documento quedan expuestos los aspectos más importantes que deben tenerse en cuenta a la hora de crear una pieza comunicativa, además de contar con valiosos aportes de una estudiosa del arte Latinoamericano.

Diseño de revista para promover y difundir el arte emergente en la ciudad de Puebla, por Anyi Verónica Bravo Valerdi.

Esta es una tesis presentada para obtener el título de Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad Autónoma de Puebla México. En su propuesta se ve detalladamente argumentado cada aspecto del diseño de la revista, expone de forma clara cuáles son los pasos a seguir y como deben realizarse el diseño de una revista de este carácter. Es de resaltar el completo resultado de este trabajo y lo evidente de las investigaciones y variables que se deben considerar al realizar un proyecto editorial.

TFG. Proyecto de diseño editorial: Concepción de la revista MAY y prototipo impreso, por María Ángeles Parejo.

Si bien el anterior ejemplo es de una integralidad investigativa importante, este trabajo de grado presentado en la Facultad de Bellas Artes en la Universidad Politécnica de Valencia, se ha convertido en el referente por excelencia para el desarrollo del presente trabajo, ya que contiene la información precisa sin extenderse teóricamente. Además, la presentación es agradable y accesible al lector, ventaja que solo en la presentación de este trabajo de grado se logra, dándole un aire de maleabilidad e importancia.

Se puede afirmar entonces, que, en el desarrollo de trabajos de grado para la obtención de títulos de educación superior, la realización de proyectos editoriales es bastante escasa, ya que, dentro de los repositorios y las demás fuentes de información, solo

se hallaron tres que concernieran a las áreas de la cultura, de los cuales uno de ellos, está enfocado a una revista que no existe en la actualidad. Se puede deducir entonces, que las revistas que abordan el arte y la cultura, no son producto de iniciativas nacidas por medio del proceso de formación.

6.4 Hallazgos

Rasgos de las publicaciones académicas y científicas.

Las publicaciones académicas y científicas tienen como requisito ineludible la creación y publicación de políticas estrictas que determinan las características de las líneas editoriales y sus contenidos, sus métodos de evaluación y de publicación. Además de estar sometidas a los requisitos solicitados por el OJS o cualquier otro gestor de revistas, que por lo general piden a los editores de las publicaciones que los usen el diligenciamiento de datos con relación a estos aspectos.

Rasgos de las publicaciones de divulgación artística y cultural.

Este tipo de publicación, si bien no cuentan con la rigurosidad de las de carácter académico y científico a la hora de establecer unas políticas, cuentan como punto de fortaleza la Arquitectura de la Información y sus diseños de páginas web, que si bien no garantiza un orden interno en temas de edición, si lo hace en cuanto al impacto que tienen en sus usuarios, aspecto fundamental en el desarrollo editorial digital.

Por otra parte, los trabajos académicos que se tuvieron en cuenta, centran su atención en la disposición de los contenidos, llegando en su máximo esfuerzo a tocar levemente lo que corresponde a la línea editorial, situación que aporta un punto de reflexión que se ampliará en el capítulo de conclusiones y recomendaciones.

7. Descripción del modelo de proyecto editorial para una revista digital de divulgación.

La publicación de contenidos editoriales, al igual que la mayoría de iniciativas que dependen del impacto y la acogida social, se encuentran condicionados por variables externas que deberán ser consideradas a como dé lugar para poder lograr los objetivos formulados; en el caso de la creación de una revista de carácter divulgativo, la identificación de estas variables es considerada de gran importancia, ya que garantiza el impacto social que le permitirá cobrar vida en su contexto; Gil y Gómez (2016), nos recuerdan en su manual de edición que “en algunas editoriales es frecuente que de cada proyecto editorial se cree un documento escrito donde se define el proyecto, su desarrollo, la planificación editorial necesaria y, lógicamente, su viabilidad económica” (p. 28).

A partir de la información analizada previamente, tanto de las fuentes teóricas como del rastreo documental, se pudo realizar una segmentación de la cual se identificaron cinco fases de interés que se deben tener en cuenta para la creación de un proyecto editorial, basadas en los requisitos que son conocidos dentro del mercado editorial como se expone a continuación:

7.1 Edición tradicional.

La edición tradicional en sus teorías aborda los elementos de la cadena de valor como diagrama de procesos que expone los pasos que se deben transitar en el camino de la publicación de un libro, en estas teorías se destaca la importancia que tiene el proyecto editorial como la piedra angular para cualquier nueva publicación, describiéndolo a veces como un cumulo de preguntas estratégicas o, en otros casos, como una herramienta de diseño. Gil y Gómez (2016) definen el proyecto editorial como

La materialización de una idea en un producto concreto que puede adoptar diversos formatos. A partir de un texto, que en el interior de la editorial es sometido a una serie de procesos, acaba apareciendo en el mercado un producto que se pone a disposición del público (p. 27-28).

Por su parte, las preguntas que orientan la construcción del proyecto editorial son las siguientes:

¿A quién va dirigido el libro?

¿Qué logística se necesita para su publicación?

¿A quién puede interesarle?

¿Cómo será su diseño y diagramación?

¿Quién lo comprará?

¿Existen en el mercado libros similares?

¿Quiénes serán los encargados de corregir los contenidos?

¿Factores de calidad?

¿Cómo serán los contratos de derechos de autor?

¿A qué mercado va dirigido?

¿Puede ir la publicación en formato digital?

¿Bajo qué criterios será evaluado el impacto?

¿Qué temática se abordará?

¿Cuál es el título ideal para la publicación?

¿En cuántas partes se divide?

7.2 Políticas de evaluación de las revistas académicas, científicas y OJS.

Por otra parte, haciendo una revisión al *Modelo de Clasificación de Revistas Científicas* (Colciencias, 2018) y observando de forma detallada las políticas definidas dentro de los portales web de las publicaciones seriadas académicas, especializadas y científicas que sirvieron de referencia para la realización del presente proyecto (ver Tabla 1.), y teniendo en cuenta que la mayoría se encuentran regidas por los criterios establecidos por el OJS. Se puede afirmar que es indispensable que se defina para cada una de las revistas los siguientes criterios antes de ser publicadas:

- *Definición del equipo editorial.
- *Políticas de derechos de autor.
- *Definición del comité de evaluadores.
- *Distribución.
- *Definición de enfoque y alcance.
- *Perfiles de los autores.
- *Líneas y políticas de línea.
- *Evaluación
- *Frecuencia de la publicación.

7.3 Arquitectura de la Información.

Como se expuso en el capítulo anterior, se puede entender la Arquitectura de la Información como un método de edición dispuesto para las publicaciones digitales, este viene desarrollándose desde comienzos de siglo y ha instaurado nuevos modelos de ver la edición, que en materia de revistas digitales, se convierte en una herramienta fundamental para poder comprender como gestionar una publicación de manera efectiva. La arquitectura

de la Información está sostenida en la identificación de tres pilares y sostenida en estos, explora otros aspectos metodológicos para lograr el impacto a los usuarios, que tradicionalmente solo se limitaba a la compra o suscripción. La AI considera de gran importancia definir los siguientes aspectos: **Contexto, Contenidos, Usuarios, Sistema de navegación, Sistema de rotulado, Sistema de búsqueda y también los niveles de los Rankings de Consulta.**

7.4 Fases del modelo de proyecto editorial.

Partiendo de los aspectos que la industria editorial considera para la elaboración de un proyecto editorial, se planteó la siguiente segmentación por fases, como herramienta metodológica que facilita la creación de un proyecto editorial viable para una revista de divulgación en formato digital.

Figura 3. Fases Editoriales.



Ilustración de creación propia.

Fase 1. Identificación de contexto.

Esta fase se encuentra orientada al reconocimiento de los elementos que rodean e influye la publicación, intenta descubrir las variables externas y anticiparlas para el logro de los objetivos.

- Marco institucional: a qué institución pertenece la publicación, sus objetivos misionales y proyección a la comunidad y el motivo por el que se ve impulsada a crear un medio de difusión digital.
- Productos o servicios: Enumerar los productos y servicios que ofrece la institución por medio de la revista digital.
- Estudio de mercado: Realizar un rastreo de otras publicaciones con características similares, detallar las fortalezas y debilidades con relación a ellas y los elementos diferenciadores.
- Caracterización de usuarios: Este es uno de los puntos más importantes dentro de todo el modelo, pues determinar de forma clara a quién va dirigida la publicación y describir esa población de manera detallada, va a ser el punto de partida para todas las decisiones a tomar con relación a la publicación.

Fase 2. Definición de línea editorial.

La definición de la línea editorial, es el aspecto más robusto y con más importancia dentro de las fases identificadas, ya que sin una delimitación clara de los aspectos que a ella

pertenecen, no es posible llevar a cabo la producción de una publicación, Aquí se enmarcan todo lo que tiene que ver con la editorial a la que pertenece la publicación.

- Objetivo de la publicación: Se define claramente el propósito de la revista.
- Enfoque y alcance: Se define la temática, las áreas del conocimiento, la naturaleza y la identidad de la revista. Aquí se define el diseño de la caratula, si lleva.
- Perfil de los autores publicables: Se definen los criterios con los que debe cumplir el escritor que desea publicar en la revista.
- Políticas de derechos: Se crean dos contratos, uno de manejo interno, donde se le indica el compromiso que deben tener los que hacen parte de la editorial con el manejo de la información; y uno externo, que es más parecido a una cesión de derechos por parte del autor.
- Comité editorial: Se definen los cargos y perfiles de las personas que van a estar encargadas de la toma de decisiones con relación a la publicación o publicaciones.
- Comité evaluador: Se elige un grupo de expertos que servirán de apoyo al comité evaluador para realizar la publicación de los mejores artículos.
- Logística y financiamiento: En este punto se detallan todos los requerimientos logísticos, esto incluye las necesidades tecnológicas, físicas, económicas y de personal humano que va a ser necesario para la ejecución del proyecto.
- Área temática: describir detalladamente el área de conocimiento que va a abordar la publicación.

- Secciones de la publicación y formatos: Se describen las partes en las que se dividirá la publicación, de qué se tratará y el motivo por el que se definió de tal manera. También se explica el formato de cada parte de la publicación, si tiene fotografías, textos o videos.
- Nombre de la publicación: Se selecciona un nombre para la publicación y se explica claramente por qué se eligió.
- Periodicidad: Se define cuanto tiempo habrá entre publicaciones y el motivo por el cual se piensa que es conveniente.

Fase 3. Estructura de contenidos.

En esta fase se describe la naturaleza de la información que será transmitida por medio de la publicación y sus principales características.

- Tipología de contenidos: Se describe si la publicación tiene textos y qué tipología.
- Formatos en los que serán presentados: Se especifica si tendrá solo formato textual o si irá acompañado de fotografías y videos.
- Política de diseño y diagramación: Se dan los criterios de diseño que deben tener la publicación.
- Política de corrección de estilo: Se define quién va a realizar la corrección de estilo y bajo qué normas se guiará para hacerlo.
- Política de diseño audiovisual: Igualmente se define quién va a realizar el diseño audiovisual y bajo qué normas se guiará para hacerlo.

Fase 4. Productos de Publicación.

Tal como lo expone su nombre, lo que se pretende en esta fase, es decidir la forma en la que los contenidos serán dispuestos al público, además de mencionar los medios de comunicación que servirán de apoyo para garantizar la visibilidad de la publicación.

- Características de formato y tiraje.
- Medios de distribución.
- Plataforma web.
- Arquitectura de la Información.
- Redes sociales académicas.
- Redes sociales comerciales.

Fase 5. Medición de Indicadores.

Con el fin de completar el círculo del proyecto editorial, se considera la retroalimentación de uso de los contenidos propuestos por la publicación, como un elemento fundamental para la evolución de cualquier publicación, y se puede hacer de diferentes formas.

- Número de citas: Se rastrea el número de citas que ha tenido la revista por medio de las Altmetycs.
- Número de descargas: Se identifica en las bases de datos cuantas descargas ha tenido cada artículo.

- Cibermetría: Se usan las herramientas de google para medir las consultas de la publicación.
- Cantidad de reacciones en redes sociales: Se usan las herramientas de consulta dispuestas por las redes sociales usadas para observar el movimiento de las reacciones y consultas de los perfiles en las redes sociales.



**Proyecto
Editorial para
la Revista
Digital 1000
Figuras y
Conclusiones.**

8. Aplicación de las Fases Editoriales a la Revista 1000 Figuras.

Uno de los principales objetivos del trabajo desarrollado en este documento, es aplicar a la revista de divulgación de arte local 1000 Figuras, el modelo de proyecto editorial por fases que se expuso en el anterior capítulo. Aunque su aplicación completa es un trabajo que se espera realizar en un futuro no muy lejano, la idea es presentar una plataforma de prueba inicial que permita visualizar a grandes rasgos lo que podría llegar a ser la Revista. Además, por supuesto, de ejemplificar de la mejor forma posible la propuesta realizada, cabe aclarar que no todos los aspectos identificados aplican para la Revista digital propuesta, por lo tanto serán omitidos. A continuación la aplicación del modelo:

Fase 1. Identificación de contexto.

Marco institucional: La Revista 1000 Figuras, es un proyecto independiente, nacido con el fin de atender a una problemática cultural identificada en el valle de Aburrá.

Productos o servicios: Difusión de la producción artística emergente de Medellín y el Área Metropolitana.

Estudio de mercado: Dentro de las publicaciones periódicas que comparten el objetivo de difusión del arte de un territorio en particular, se encontró:

- A nivel municipal, la Revista Progresivo de la Fundación Universitaria Bellas Artes y que está dirigida también al reconocimiento del arte local, pero no excluye otro tipo de artículos.

- A nivel nacional se encuentra el Periódico Arteria de la Fundación con el mismo nombre, la cual ha alcanzado a consolidarse como un medio de difusión del arte contemporáneo del país.
- A nivel internacional, se encuentra la org Art21, que tiene como objetivo difundir a nivel mundial el arte de la ciudad de Nueva York y que tiene un amplio tiempo de trayectoria.

Existen muchas publicaciones más que hablan de arte y cultura en la ciudad, el país y el continente, pero sólo las tres antes mencionadas comparte el objetivo principal de la revista 1000 Figuras.

Caracterización de usuarios: Los usuarios principales, a los que va dirigida la revista, son adultos jóvenes entre los 23 y los 45 años de edad. Ya que entre estas edades se estima que se encuentran los artistas en formación universitaria, docentes e investigadores a quienes les puede interesar de forma directa la actualidad del arte de la ciudad de Medellín y el Valle de Aburrá.

Fase 2. Definición de línea editorial.

Objetivo de la publicación: Difundir dentro de la comunidad artística, la producción de los artistas destacados en música, creación audiovisual y artes plásticas del Valle de Aburrá.

Enfoque y alcance: La Revista 1000 Figuras, publica videos, fotografías y textos narrativos de los artistas emergentes del Valle de Aburra y sus obras.

Perfil de los artistas publicables: Se publicaran en la revista, los artistas que se hallan destacado con obras originales, que tengan una trayectoria de más de tres años, que hayan tenido exposiciones artísticas y que hayan obtenido algún tipo de reconocimiento académico o de otro tipo en la ciudad, dentro de los ámbitos de la música, la creación audiovisual y las artes plásticas.

Políticas de derechos: Los contenidos de la revista pueden ser distribuidos, mezclados y ajustados, incluso con fines comerciales, siempre y cuando se haga el debido reconocimiento de autoría de la creación original. La Revista 1000 Figuras, se acoge a licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.



Comité editorial: El comité editorial de la Revista 100 Figuras está compuesto por:

- Editor/a
- Coordinador/a editorial.
- Coordinador/a de diseño.
- Coordinador/a audiovisual.

Comité evaluador: El comité evaluador será compuesto por el Comité editorial y tres artistas expertos en cada uno de los campos del arte seleccionados (música, medios audiovisuales y artes plásticas).

Logística y financiamiento:

Recursos humanos: Se necesita para ejecución del proyecto un/a profesional en ciencias de la información con énfasis en edición, un comunicador/a audiovisual, un diseñador/a, un ingeniero/a de sistemas, un corrector/a de estilo, un secretario/a y un/a asistente editorial.

Recursos físicos: Se requiere para la realización del trabajo un espacio adecuado para siete puestos de trabajo, una sala de juntas y una recepción, con siete cubículos con sus respectivos escritorios y sillas, material de papelería y de aseo.

Recursos tecnológicos: Se requiere de una conexión a internet de 300 gigas, siete puntos de conexión a internet fijos y acceso wifi, siete puntos de conexión a telefonía y siete teléfonos fijos con su respectiva extensión, siete computadoras IMac Mc309II, cuatro Tabletás gráficas Wacom, un aire acondicionado, una nevera, un microondas y una fotocopidora multifuncional HP PageWide Pro.

Área temática: El tema central de la Revista 1000 Figuras son los artistas destacados y su producción.

Secciones de la publicación y formatos: Cada publicación de la Revista 1000 Figuras está dividida en dos partes: una que corresponde a la nota editorial que da introducción a la publicación, y la segunda parte que expone la obra de tres a cinco artistas por publicación. Cada lanzamiento contiene un texto narrativo, de tres a cinco fotografías de la obra del artista y un video que muestra un día de trabajo creativo del artista en cuestión.

Nombre de la publicación: La revista se llama 1000 Figuras, ya que para la realización del presente proyecto se llevó a cabo un grupo focal en el que participaron cinco artistas del municipio de Copacabana, aunque fueron muchos los temas que se trataron, el nombre de la revista fue lo más destacado y en lo que estuvieron de acuerdo todos los artistas participantes.

- El número mil, se usó para hacer alusión a la cantidad de artistas que aún con buenas obras, trayectoria y técnicas virtuosas aún no han sido conocidos en el Valle de Aburrá.
- La palabra Figuras, se eligió por ser un elemento que tiene varias connotaciones dentro de cada tipología de las artes, pero que es común a todas las técnicas artísticas conocidas.

Periodicidad: Con el fin de tener un buen proceso creativo, la periodicidad elegida para la Revista 1000 Figuras es trimestral. Este aspecto nació también dentro del grupo focal de manera espontánea, a lo que los participantes indicaron que mensual o trimestral estaría bien la publicación.

Fase 3. Estructura de contenidos.

Tipología de contenidos y formatos: Los contenidos a publicar serán de tres tipos

- Textuales: El contenido textual de la revista será de carácter narrativo, en el cual se hablara en tercera persona sobre el artista y su obra. El texto estará dispuesto en un máximo de trescientas palabras, ya que debido al carácter digital de la publicación, lo recomendado es que no signifique un esfuerzo mayor al lector.

- Fotográficos: Se exhibirán en fotografías las obras a exponer de los artistas, estas serán mínimo cinco, máximo ocho fotografías a todo color.
- Video: El video estará centrado en pasar un día de trabajo al lado del artista, en el que él o ella, hablarán en sus palabras de sus procesos y visiones artísticas. El video tendrá una duración máxima de quince minutos y estará dispuesto al usuario a todo color.

Fase 4. Productos de Publicación.

Medios de distribución: La revista será difundida de manera digital únicamente, es posible que en el futuro tenga una versión física anual, sin embargo por ahora su medio de distribución, será la Internet.

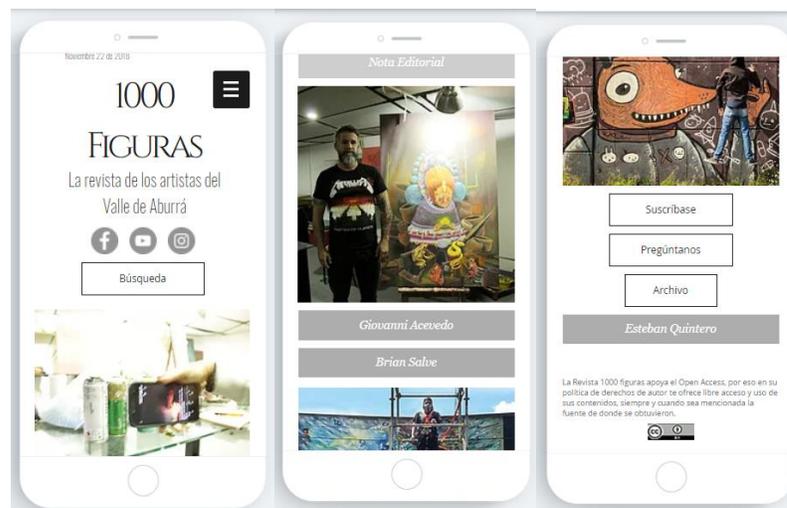
Plataforma web: La plataforma web será un espacio propio, en el que de forma sobria y a manera de exposición de galería estarán dispuestos los contenidos por artista. No tendrá números, ni caratulas, sino que cada uno de los artistas será el nombre de un espacio definido en el espacio web, esta decisión fue tomada de acuerdo al objetivo de la revista, que es dar a conocer a los artistas del Valle de Aburrá y su obra, aprovechando dicha oportunidad, para resaltar sus nombres. La plataforma tendrá un fondo blanco, con el logotipo y una pequeña descripción de la revista, seguidamente se verán los contenidos a los que los usuarios podrán tener acceso.

Figura 4. Plataforma web.



La plataforma esta diseñada con Responsive CSS, que la hace adaptable a smartphones y tablets, de manera que sea facil para la consulta en cualquier momento, lugar y dispositivo.

Figura 5. Plataforma web smarphone.



Arquitectura de la Información: Luego de haber determinado el contexto, los usuarios y el tipo de contenidos, se eligen las características de la navegación global, la navegación local y la navegación contextual dentro de la página respectivamente:

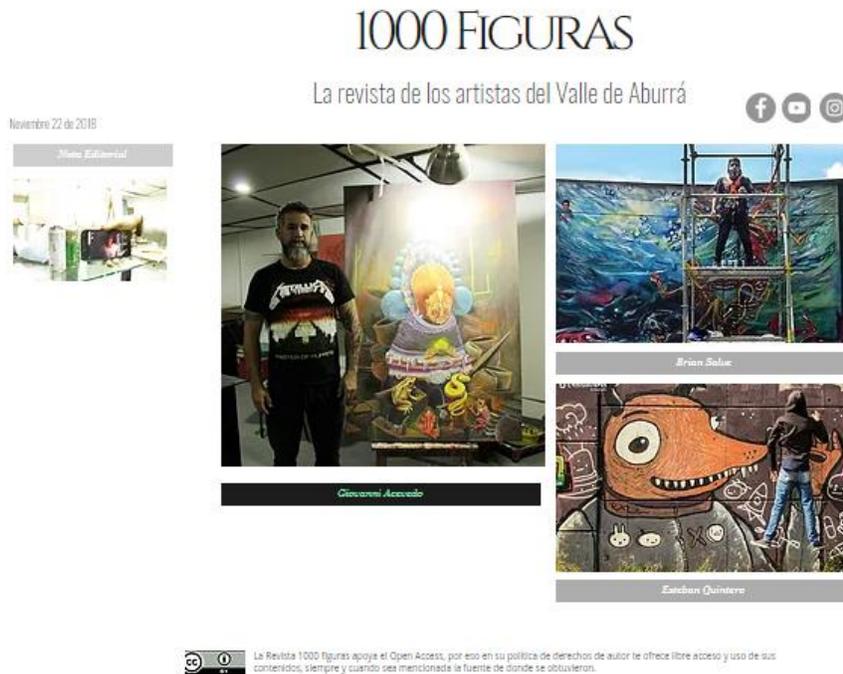
Figura 6. Navegación global.



Figura 7. Navegación Local.



Figura 8. Navegación Contextual.

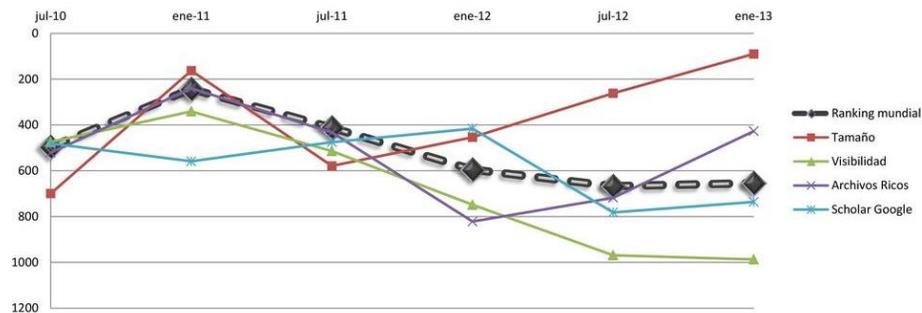


Redes sociales comerciales: Por la tipología de contenidos audiovisuales y fotográficos, las redes sociales que se utilizarán son Facebook, Instagram y Youtube.

Fase 5. Medición de Indicadores.

Cibernetría: El sistema dispuesto al alcance de todos los usuarios, será una fuente de seguimiento al factor de impacto del uso de la revista 1000 Figuras, aunque este sistema es utilizado sobre todo por las revistas de carácter académico y científico, si es usada de la forma correcta puede dar un registro de datos útiles a la hora de evaluar y retroalimentar la evolución de la revista.

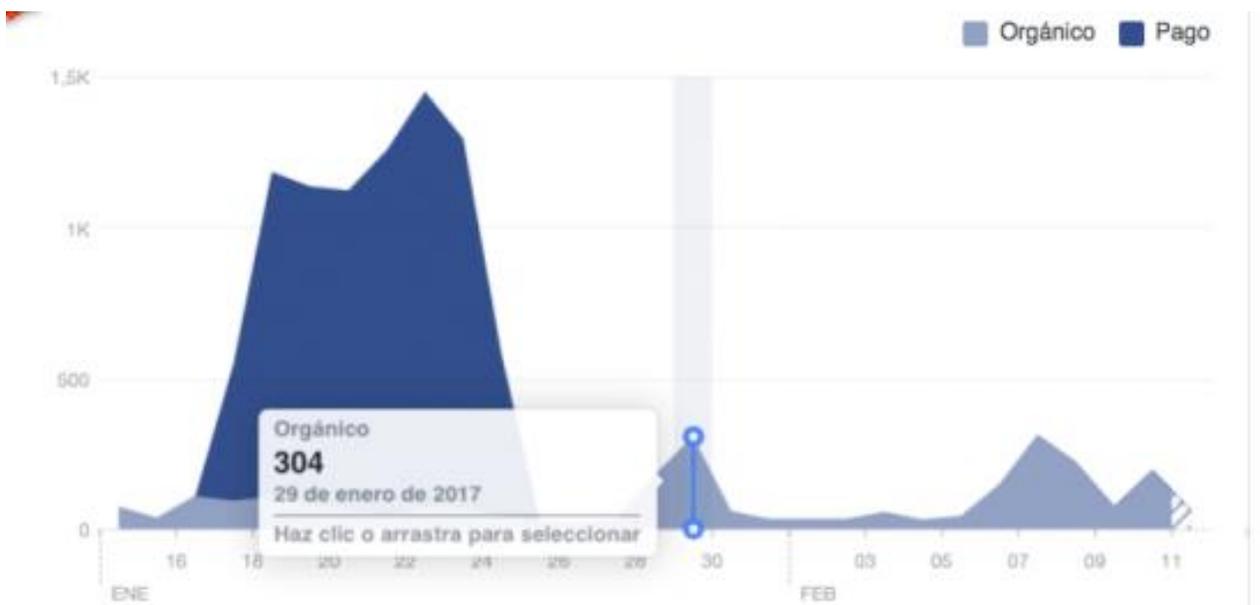
Figura 9. Cibermetría.



Tomado de: <http://docplayer.es/1533854-Ranking-web-repositorios-2013-enero.html>

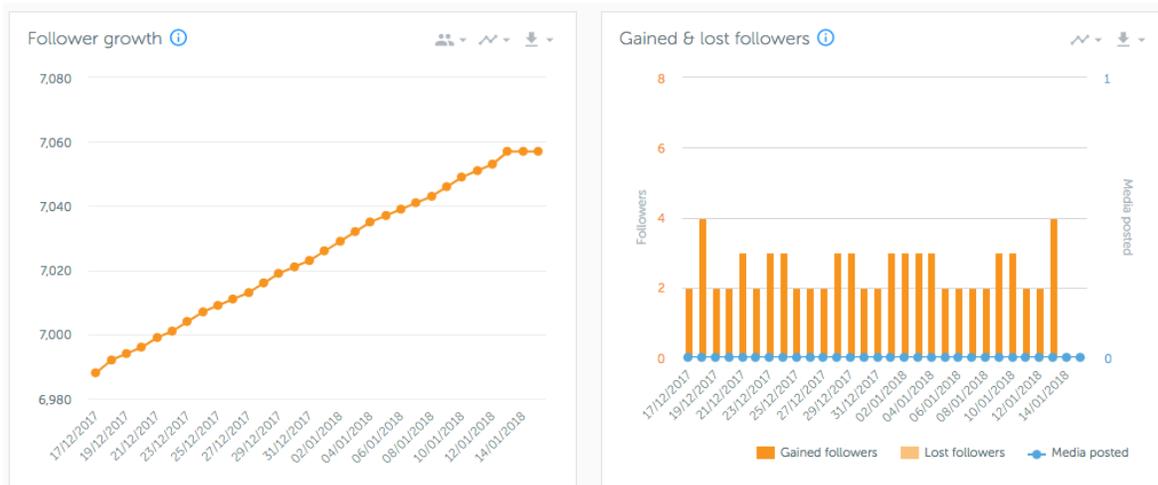
Cantidad de reacciones en redes sociales: Se tendrán en cuenta las visitas y likes a las redes sociales Facebook, Instagram y Youtube, como indicadores de impacto.

Figura 10. Facebook.



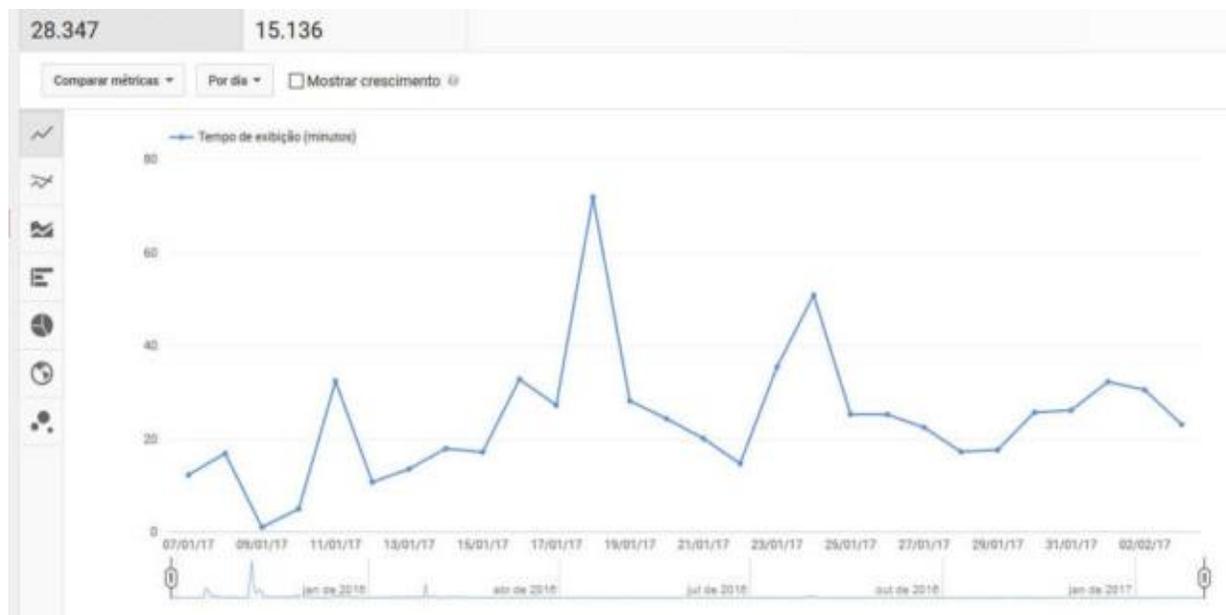
Tomado de: <https://aprendamosmarketing.com/metricas-de-tus-videos-en-facebook/>

Figura 11. Instagram.



Tomado de: <https://socialmedier.com/metricas-de-instagram-que-medir-en-instagram/>

Figura 12. Youtube.



Tomado de: <https://marketingdeconteudo.com/youtube-analytics/>

9. Conclusiones y recomendaciones

1. Fue muy notorio desde el inicio de la realización del presente trabajo, la poca información disponible sobre el tema de la edición tanto como área del conocimiento, como documentación en el área. Los libros y revistas que hablan del tema en español son pocos y de difícil acceso para el lector común.
2. Dentro de los repositorios institucionales disponibles en libre acceso, se encontraron muy pocos documentos de educación superior que aborden temas de investigación relacionados con la edición como área de conocimiento propiamente dicha, se acercan más al tema desde el diseño o la historia.
3. Las revistas de carácter académico y científico tienen por sus métodos evaluativos, una organización editorial mucho más estructurada que los proyectos divulgativos. Sin embargo, por los mismos cánones de exigencia, no están abiertas al reconocimiento de novedades a nivel local, sino que se encuentran centradas en lo que ya tiene renombre y trayectoria, más que nada en las grandes élites del conocimiento que están por fuera de América Latina.
4. Los proyectos de revistas de divulgación, a pesar de no contar o no hacer pública su estructura editorial, tienen gran potencia en la interacción con los usuarios y están bastante centrados en lo que se conoce como marketing digital, por lo tanto en el impacto que tienen en sus usuarios, contrario a las revistas académicas y científicas, que no se sabe si ese no es su propósito o si todavía no han implementado estos conocimientos dentro de su estructura editorial.

5. Las formas de financiamiento de las publicaciones de divulgación, por lo menos en el campo de las artes, casi siempre están amparadas por proyectos de iniciativa social, que nacen de una preocupación por el patrimonio cultural y artístico, bien sea por medio de organizaciones sin ánimo de lucro, fundaciones o instituciones sociales independientes con fines altruistas. Aspecto que se presta para la reflexión sobre el posicionamiento del arte y la cultura por fuera del mercadeo de consumo masivo y su posición en la actual era de la información.
6. La producción y supervivencia de las revistas de divulgación en temas relacionados con el arte y la cultura, por sus necesidades de sobrevivir en un mercado complejo, se han desarrollado más en cuanto a la adaptación a las nuevas tecnologías, explorando los alcances de la revista digital, los formatos audiovisuales y las redes sociales como medio de comunicación de apoyo, y al mismo tiempo, adaptando a sus tirajes físicos, las nuevas tendencias editoriales, que impulsan el libro objeto como una fuerte estrategia de supervivencia basada en el valor simbólico del material impreso.
7. El desarrollo del modelo de proyecto editorial como propuesta para la creación de una revista de divulgación, más que tener un enfoque normativo, nace a partir de una necesidad metodológica, que puede aplicarse a cualquier iniciativa editorial, puede ser acomodada y utilizada de maneras diversas, según las necesidades de quienes recurran a ella, más desde la visión de herramienta y menos desde la intención normativa que limita hasta cierto punto, el desarrollo de proyectos de revistas de carácter académico y científico.

8. Por medio del desarrollo del presente proyecto, se hicieron notorias las ventajas en cuanto a versatilidad de manejo de contenidos, accesibilidad e impacto de las conocidas revistas digitales, presentando una propuesta más económica y de mayor alcance en cuanto a acceso remoto y planteando retos de interdisciplinariedad, al que era hasta hace poco un silencioso y oculto trabajo de curaduría de contenidos.

9. En cuanto a la labor del editor, pensar en la metodología necesaria para la creación de una publicación desde su nacimiento hasta su proyección en el futuro, es un ejercicio que aterriza el oficio y el arduo trabajo que debe llevarse a cabo para el cumplimiento de estos fines. Además de dejar a la reflexión, asuntos como la pertinencia de hallar una forma para establecer procesos de formación profesional que desarrollen las habilidades necesarias en la edición de contenidos, comprendida como área del conocimiento en América Latina. Cabe mencionar que no es así en todos los lugares del mundo, pues Europa, por hacer mención de una región en específico, tienen esta tradición y visibilizan estos conocimientos desde siglos atrás.

Referencias

- Carey, J. (2007). *¿Para qué sirven las artes?* Buenos Aires: Debate.
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Furió, V. (2000). *Sociología del arte*. Madrid: Cátedra.
- Gill, M. (2000). *E-zines: Diseño de revistas digitales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kemp, M. (2015). *El arte en la historia*. Madrid: Turner.
- López, L. (2003). *La comunicación y los medios de información*. Bogotá: El Búho.
- Mateos, S. (2012) Difusión cultural: La Magdalena de los productos patrimoniales. Revista electrónica de patrimonio histórico, No. 10. Recuperado de <http://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3419>
- McKee, R. (1997). *El guión story: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Minus.
- Rodari, G. (1999). *Gramática de la fantasía: Introducción al arte de contar historias*. Colombia: Panamericana.
- Roldán Zuluaga, S. (2016). *Community management 2.0: gestión de comunidades virtuales*. Bogotá: Ecoe.
- Sánchez, U., Botero, L. & Giraldo, A. (2012) *Modelos de comunicación digital*. Medellín: Universidad de Medellín.

Seydel, U. (2014). *La constitución de la memoria cultural*. Acta poetica, Volumen 35

(Julio-Diciembre) Recuperado de doi: [10.1016/S0185-3082\(14\)72425-3](https://doi.org/10.1016/S0185-3082(14)72425-3)

Tafur, R. y Izagurre, M. (2015). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. (2ª

E.d).Bogotá.

Tamayo Acevedo, M. (2014) *Estética e imagen visual*. Universidad de Medellín: Medellín.

Viada, Mónica. (2015). *Escribir para la web. No lo diga, cuéntalo*. En: Periodismo en la web: lenguajes y herramientas de la narrativa digital. Córdoba: Editorial Brujas.

Velásquez, A. (2007). *Convergencias en medios digitales: La labor del editor y del arquitecto de información*. Signo y pensamiento, Volumen XXVI (No. 50 ene-jun).

Recuperado de:

<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4620>

Wolff, J. (1997). *La producción social del arte*. Madrid: Istmo.

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.