

MANUAL DE GESTIÓN EDITORIAL REVISTA *JÓVENES Y CIUDAD*

PUBLICACIÓN DIVULGATIVA DIGITAL DE ESTUDIOS DE JUVENTUD URBANA EN LATINOAMÉRICA

CASA DE LAS ESTRATEGIAS

Contenido

1.	CARACTERIZACIÓN DE LA REVISTA	4
2.	POLÍTICA EDITORIAL	5
2.1.	Propósito, alcance, metas, frecuencia	6
2.2.	Equipo Editorial	6
2.3.	Reglamento interno	11
2.4.	Orden de los contenidos	11
2.5.	Tipo de contenido divulgado	12
2.6.	Formato	12
2.7.	Comité editorial	13
2.8.	Comité evaluador	13
2.9.	Arbitraje	14
2.10.	Declaración de Ética	15
3.	GÉNERO DIVULGATIVO	16
3.1.	Detección de términos específicos y complicados	16
3.2.	Analogías y ejemplos	17
3.3.	Infografías	17
3.4.	Uso del storytelling	18
3.5.	Recursos hipertextuales	21
4.	PROCEDIMIENTOS EDITORIALES	23
4.1.	Selección del tema semestral	23
4.2.	Convocatoria interna	23
4.3.	Recepción de artículos	25
4.4.	Curaduría / selección de artículos	26
4.5.	Comunicación con los autores y adaptación a género divulgativo	27
4.6.	Edición	28
4.7.	Determinación y elaboración de imágenes, gráficos y otros recursos multimediales	28
4.8.	Corrección de estilo	29
4.9.	Ratificación con autores	29
4.10.	Diagramación	29
4.11.	Corrección de prueba	29

5. PROPIEDAD INTELECTUAL	31
5.1. Derechos de autor	31
5.2. Licencia de la revista	31
5.3. Cesión de derechos	31
6. DISTRIBUCIÓN Y MEDICIÓN DE IMPACTO	34
6.1. Altimetría	34
6.2. Visibilidad y preservación digital	35
7. REFERENCIAS	37

1. CARACTERIZACIÓN DE LA REVISTA

La revista digital *Jóvenes y ciudad* está propuesta para divulgar los resultados de las investigaciones de la Fundación Casa de las Estrategias y se acoge a la disciplina de las ciencias sociales y a la temática específica de estudios de juventud urbana de América Latina.

La pertinencia editorial de *Jóvenes y ciudad* se define por su contribución a la comunicación pública de las ciencias sociales y la credibilidad de Casa de las Estrategias como centro de estudios independiente, entre cuyos logros principales se encuentran el Protocolo "Nada Justifica El Homicidio" (2017)¹; los libros "Entrar o salir de la violencia. Graffiti y Hip Hop en Medellín" (Universidad Javeriana, 2013)², "Graffiti en Medellín" (2013)³ y "Ruido" (2015)⁴; entre otras investigaciones publicadas en los portales de OpenDemocracy y la Revista Sociedad Latinoamericana.

Aunque se caracteriza como publicación endogámica, pues está pensada para divulgar la producción de la entidad editora, cabe aclarar que el principal propósito de la publicación de las investigaciones del centro de estudios es responder a la apropiación social del conocimiento científico por parte de la tripartita empresa-academia-Estado, para incidir en decisiones sociales y políticas públicas. Sin embargo, con la noción de

¹Casa de las Estrategias (agosto de 2017). Nada justifica el homicidio. Disponible en: <https://nocopio.com/wp-content/uploads/2017/08/Propuesta-protocolo-y-fondo-Nada-Justifica-el-homicidio-2.pdf>

²Jaramillo Morales, J.D. (2013). ¿"Entrar" o "salir" de la violencia? Construcción del sentido de lo joven en Medellín desde el graffiti, el hip-hop y la violencia (tesis de Maestría). Universidad Javeriana. Disponible en: <https://casadelasestrategias.com/wp-admin/admin-ajax.php?action=cfdb-file&s=1435782686.9645&form=Biblioteca+Web&field=Archivo>

³Casa de las Estrategias & Fundación Mi Sangre (2013). Graffiti en Medellín. Disponible en: <https://casadelasestrategias.com/wp-admin/admin-ajax.php?action=cfdb-file&s=1436295750.7518&form=Biblioteca+Web&field=Archivo>

⁴Casa de las Estrategias (2015). Ruido. Disponible en: <https://casadelasestrategias.com/wp-admin/admin-ajax.php?action=cfdb-file&s=1440798143.5927&form=Biblioteca+Web&field=Archivo>

estar enmarcados en un contexto común latinoamericano, la revista tiene un componente de divulgación de un estudio o investigación por parte de un centro de estudios independiente de un país de América Latina diferente a Colombia (véase 2.1. Propósito, alcance, metas, frecuencia).

Asimismo, y dentro de su carácter de publicación divulgativa, siempre será deseable que se cuiden las formas y el estilo de la lengua española, tanto como las versiones en lengua portuguesa (dado el caso), los resúmenes, palabras claves y metadatos. La corrección de estilo y traducciones dependen del esfuerzo institucional que se hace con el equipo editorial.

La elaboración de este manual de gestión editorial se basó en el *Manual de gestión editorial de revistas científicas de ciencias sociales y humanas: Buenas prácticas y criterios de calidad* de CLACSO (2016) y el *Protocolo de Publicación* de la Revista Experimenta de la Universidad de Antioquia (2020).

2. POLÍTICA EDITORIAL

En los siguientes apartados se describirán las directrices (pautas, criterios, lineamientos) que deben regir la vida de la publicación en todos sus aspectos.

La pertinencia de los contenidos emergerá de la ponderación entre la calidad de los mismos y la exigencia de su originalidad. La revisión de la calidad de los artículos estará a cargo de un Comité Evaluador, conformado por profesionales y especialistas cercanos, pero externos al centro de estudios (véase 2.8. Comité evaluador).

“La calidad de los contenidos está dada principalmente por la evaluación cualitativa que realizan los pares de la disciplina con la revisión de cada contribución. Puede tomar diferentes formas: doble ciego: ciego para el evaluado, o abierta” (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 29). *Jóvenes y ciudad* tomará el modelo de Comité Evaluador abierto, pero los autores de cada artículo estarán ocultos para los evaluadores bajo un seudónimo (véase 2.8. Comité evaluador).

Debido al desarrollo propio del servidor y la nube de la organización, se posibilitará el acceso a los trabajos publicados en la revista en un escenario futuro en donde ésta haya dejado de aparecer. Asimismo, la revista proporcionará estadísticas de lectura, descarga o citación de los artículos, imágenes, videos, audios e infografías.

La publicación en *Jóvenes y ciudad* no implicará ningún costo para los autores.

2.1. Propósito, alcance, metas, frecuencia

Propósito: Publicar trabajos de investigación originales de manera continua, para promover la divulgación del trabajo de investigación realizado por Casa de las Estrategias y otros centros de estudio e investigadores de América Latina.

- Alcance: Colombia y Latinoamérica.
- Frecuencia: continua; convocatoria semestral.
- Público objetivo: investigadores latinoamericanos de ciencias sociales, universidades, centros de estudios independientes, distintos organismos del Estado y poder público ejecutivo, empresas privadas con fundaciones y programas de responsabilidad social empresarial.
- Idiomas: español y portugués.

2.2. Equipo Editorial

El talento humano requerido para llevar *Jóvenes y ciudad* a un exitoso término está conformado por el estratega editorial, que hará las funciones del **editor; un co-escritor/generador de contenido, un diseñador y un administrador de contenidos digitales**, que reciban honorarios o salario específicamente por la publicación de la revista.

El equipo de investigadores de Casa de las Estrategias se relacionará con el estratega editorial y su equipo de profesionales de diferentes disciplinas que lograrán la publicación, bajo la dirección general del estratega ejecutivo, quien es el representante legal y líder de la fundación, como esa máxima autoridad institucional que también deberá involucrarse en el proceso de creación o mejoramiento de la revista.

Asimismo, la fundación deberá “resolver las formas de contratación y entender que se trata de una inversión muy conveniente para la visibilidad de los resultados de investigación” (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 53). De la misma manera, todos

los niveles y estamentos del centro de estudios deben comprometerse al apoyo de la distribución del contenido una vez esté publicada la revista, para aumentar su alcance.

2.2.1. Funciones del estratega editorial

El estratega editorial será quien lidere el equipo y controle, en última instancia, el contenido a publicar así como su formato y oportunidad. Debe cumplir con un perfil integral, tener experiencia en investigación, preferiblemente en el campo de las ciencias sociales, así como en el oficio de la edición de publicaciones.

El editor tiene derechos y también responsabilidades, hacia diferentes actores: autores, árbitros o revisores, lectores, institución propietaria de la revista, y hacia la comunidad de pares y público en general. Todo lo que aparece en la revista es su responsabilidad. Debe procurar y mantener una alta calidad del contenido de la revista (Council of Science Editors, citado en Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 64).

El estratega editorial podrá aceptar y publicar trabajos originales o adaptados con autorización previa, con el aval del Comité evaluador, y tendrá total libertad para controlar el eventual contenido publicitario, decidir sobre el nombramiento de los integrantes de su equipo de trabajo y disponer de los suficientes recursos económicos para llevar a cabo la publicación de la revista, con previo aval del estratega organizacional.

Asimismo, el estratega editorial es quien recibe los artículos postulados y determina cuáles continúan en el proceso de evaluación, aceptación y adaptación a lenguaje divulgativo. Coordina los arbitrajes con el Comité Evaluador y entabla comunicación con los autores hasta que el artículo está listo para su publicación.

Estará encargado, igualmente, de reunir una red de voluntarios artistas, ilustradores, fotógrafos, videógrafos, periodistas y ciberactivistas que puedan contribuir en cualquier etapa del procedimiento editorial. También presentará los informes estadísticos periódicos al resto de los miembros del Comité Editorial, para que se puedan tomar decisiones respecto a cambios, políticas, estrategias u orientaciones de la revista.

2.2.1a Funciones respecto a los autores

- Suministrar una guía para la preparación y presentación de manuscritos, es decir, las instrucciones para potenciales autores, con indicaciones precisas sobre qué tipo de trabajos aceptarán, de cómo la revista espera que se presenten las referencias bibliográficas, se envíen los trabajos, etc.
- Solicitar a los autores que revisen el borrador final de su trabajo y que se hagan responsables de él.
- Seleccionar, con el apoyo de los estrategas ejecutivo y de impacto, los integrantes del Comité Evaluador y reemplazar la ausencia de quien decida renunciar a pertenecer a él. Asimismo, instarlos a que revisen cada manuscrito enviado a arbitraje.
- Velar porque los procesos editoriales, desde la recepción del artículo hasta su publicación, sean lo más breves y eficientes posible sin que ello vaya en detrimento de la calidad del producto final. Asimismo, ejecutar programas antiplagio para garantizar que no se cometan fraudes en ningún artículo.
- Tratar el proceso editorial con justicia, cortesía, objetividad y honradez; sin demostrar preferencias o sesgos por cercanía intelectual, familiaridad u otro, y manteniendo un trato correcto.
- Tomar decisiones y responder a las preguntas de los autores en un plazo oportuno, sin dejar esperando a un autor más tiempo del estrictamente necesario para consultar a su vez con su equipo por los antecedentes de un tema.
- Proteger la integridad y confidencialidad del trabajo de cada autor, ya que este confía a la revista el fruto de su trabajo de investigación y, hasta que este se publique, solo le pertenece a él. El estratega editorial debe velar porque todos los involucrados en el proceso de evaluación de un artículo respeten el contenido de ese trabajo.

2.2.1b Funciones respecto al Comité Evaluador

- Asignar trabajos para revisión según el campo de interés y la especialidad de los miembros del comité.

- Proporcionar guías y normas que motiven revisiones justificadas, constructivas y que faciliten el manejo eficiente de los artículos postulados.
- Encontrar maneras de reconocer las contribuciones de los integrantes del Comité mediante, por ejemplo, una sección ocasional de agradecimiento público en la revista.
- Establecer estándares para proteger el carácter confidencial de los manuscritos, fijar plazos de entrega prudentes y que los evaluadores aporten argumentos para sustentar sus comentarios críticos sobre las deficiencias de los manuscritos.

2.2.1c Funciones respecto a los lectores

- Velar por la calidad del contenido de la revista, procurando que cada artículo les proporcione a los lectores fiabilidad de lo que leen.
- Ser transparente con la identidad de autores, propietarios, patrocinadores y demás. En el caso de los autores, implica no solo dar nombres sino también sus afiliaciones institucionales y direcciones de contacto electrónico, e informar sobre quienes colaboran con el sostenimiento financiero de la publicación.
- Ofrecer diversos espacios en línea que permitan a los lectores responder y debatir sobre los temas publicados en *Jóvenes y ciudad*.
- Crear mecanismos, por ejemplo encuestas, para determinar si la revista está satisfaciendo las necesidades y expectativas de los lectores.

2.2.2. Funciones del co-escritor/generador de contenido

El perfil del co-escritor debe ser un profesional en ciencias de la información y la comunicación o carreras afines, como el periodismo, la filología o las licenciaturas en lengua española. Será el encargado de la adaptación al género divulgativo del material aportado por los autores. Trabaja en asociación directa con los autores para asegurarse que las modificaciones no tergiversen su intención y vigilará en general el cumplimiento del estilo bibliográfico y textual de la revista.

Asimismo, trabaja mancomunadamente con el diseñador y el administrador de contenidos digitales para apoyar en la transformación del texto escrito en otros soportes narrativos como imagen, ilustración, infografía, audio y video.

2.2.3. Funciones del diseñador

El diseñador debe tener un perfil integral que domine los conceptos y herramientas del diseño gráfico y al mismo tiempo, del diseño y la diagramación web, debido a que la revista trasciende más allá del formato pdf o de las plataformas OJS, comunes en las revistas de difusión. De su gestión dependerá la imagen visual de la revista, la inclusión de logos e imágenes corporativas, tipos de letra y paleta de colores.

El estrategia editorial determinará los artículos que, con ayuda del escritor y corrector de estilo y los generadores de contenido voluntarios que reúne y coordina el estrategia editorial, el diseñador debe transformar el texto escrito en diversos soportes: imagen, ilustración, infografía o video.

Ahora bien, cuando se opte por el soporte de texto escrito, será el encargado de maquetar el texto en HTML o PDF, según lo indique el estrategia editorial. "Deberá procurar que la presentación de los artículos en pantalla sea en un formato agradable y legible tomando en consideración la diversidad de dispositivos electrónicos en que la revista podrá leerse (computadoras de escritorio, notebooks, tabletas, celulares, e-readers, etc.)" (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 66).

El diseñador deberá presentar, ya con una periodicidad establecida o cuando el equipo lo determine, la propuesta gráfica para cada edición, en sus diferentes plataformas.

Asimismo, trabaja en llave con el administrador de contenidos digitales para determinar el aspecto de la página de inicio, las páginas internas, las entradas y demás elementos del diseño web que garantizan el acceso a la información deseada en la menor cantidad posible de clics o enlaces.

2.2.4. Funciones del Administrador de contenidos digitales

El perfil del Administrador de contenidos digitales debe ser un profesional con experiencia en administración de sitios web y community management. Está encargado de manejar la presencia digital de la revista, poner en marcha el sitio web, encargarse de temas de dominio y hosting, configurar y administrar la plataforma de publicación que será usada en línea, realizar los backups periódicos, mantener actualizado el sitio web de la revista según las nuevas versiones que sus desarrolladores vayan definiendo, etc.

Además, es el encargado de distribuir el contenido de *Jóvenes y ciudad* a través de las diversas plataformas de interacción con el público objetivo de la revista, tales como: correo electrónico, redes sociales, broadcasting, podcast, entre otras.

2.3. Reglamento interno

Una vez conformado el equipo editorial, este deberá elaborar un plan de acción que considere las metas de la revista y las nuevas propuestas que puedan venir del mismo equipo, del Estratega Ejecutivo o de cualquier empleado de Casa de las Estrategias. El equipo deberá ser flexible a los cambios y asumir su compromiso con el proyecto, para que este tenga continuidad.

Asimismo, el Comité editorial deberá elaborar un reglamento que determine los procedimientos para su modificación, las veces que sea necesario adecuar objetivos y funciones. Es pertinente incluir qué se necesita para la modificación del reglamento, qué tipo de mayorías y qué métodos decidirán los cambios.

El reglamento también deberá indicar la duración del mandato del estratega editorial y las personas en los cargos del equipo, y si existirán mecanismos de renovación; cuál es el ciclo de producción editorial de la revista y los participantes en cada etapa.

2.4. Orden de los contenidos

Para sus primeras ediciones, la publicación contará con tres secciones: Casa de las Estrategias, Investigador Invitado y Dateo Ciudadano. Casa de las Estrategias albergará los artículos que den cuenta de los progresos investigativos del centro de estudios, más precisamente de carácter cualitativo y cuyo estudio se haya adelantado con el objetivo

de responder a uno de nuestros aspectos misionales: la incidencia en políticas públicas. Investigador Invitado será la sección para publicar los artículos de otros centros de estudio independientes de Latinoamérica, cuyas investigaciones cobren pertinencia igualmente en el contexto colombiano. Dateo Ciudadano consistirá en publicaciones orientadas mucho más a divulgar investigaciones con datos cuantitativos que le permitan a un público cívico y de organizaciones y empresas privadas tomar un rol más activo en la construcción social, atendiendo así a los demás aspectos misionales de la fundación: una ciudad sin miedo, imaginada por sus artistas y editada por sus adolescentes (Casa de las Estrategias, 2020).

El Comité Evaluador, en el proceso de curaduría, determinará cuál es la sección a la que corresponde la adaptación al lenguaje divulgativo de cada artículo postulado.

2.5. Tipo de contenido divulgado

En la revista serán publicados artículos resultado de investigaciones finalizadas, artículos que presenten hallazgos parciales de investigaciones en curso, ensayos, editoriales y entrevistas; todas transformadas adecuadamente al género divulgativo.

2.6. Formato

Jóvenes y ciudad es una revista digital. Una publicación entendida como aquella utiliza plataformas y recursos en línea para llevar a cabo su proceso de gestión editorial: envío, arbitraje, edición y consumo. Además, cuyo único soporte es el electrónico, siempre disponible para consulta en la *world wide web*, y contiene textos en otros formatos multimedia como el video, la fotografía, el audio, la infografía, entre otros.

El mejor argumento para decidirse por el formato digital (aún teniendo en cuenta a quienes quieren continuar con tiradas dobles manteniendo el formato papel) es considerar las posibilidades que ofrece la web. En primer lugar, la inmensa cobertura que tiene internet con respecto a los pocos ejemplares que se pueden imprimir en papel. Además, aumentan significativamente las alternativas de edición en diferentes formatos, colores, cantidad de información que puede ofrecerse al público (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 25).

En este manual haremos énfasis en un modelo editorial que permita la publicación del contenido y su distribución a través de sus propias propuestas multimedia: texto escrito, historia, imagen, audio, video, infografía.

2.7. Comité editorial

El comité editorial estará conformado por el Estratega Ejecutivo, el Estratega de Impacto y el estratega editorial. Se reunirán dos veces en el año para definir temática de cada convocatoria. En dichas reuniones el estratega editorial le reportará novedades y evolución de los procedimientos editoriales al Estratega Ejecutivo; así como los indicadores de visibilidad y altimetría al Estratega de Impacto.

2.8. Comité evaluador

Jóvenes y ciudad tomará el modelo de Comité Evaluador abierto, pero los autores de cada artículo estarán ocultos bajo un seudónimo para los evaluadores.

Los evaluadores contarán con una planilla de evaluación que les permitirán argumentar sus críticas y aportes de manera estandarizada y sistemática, y así “mantener un padrón de evaluadores abierto a nuevas incorporaciones constantemente, teniendo en cuenta que un nuevo evaluador es un posible nuevo lector y un posible nuevo autor” (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 29).

Pertenecer al Comité evaluador no implicará ninguna retribución económica para sus miembros. No obstante, este comité se podrá conformar fácilmente con representantes de los diversos colectivos y organizaciones sociales que hacen parte de la red de Casa de las Estrategias y que ya contribuyen en otras labores de la fundación que les implica un voluntariado breve de horas al mes.

El Editor irá formando una lista o cartera de evaluadores eficaces y eficientes a medida que su trabajo se vaya consolidando: árbitros eficaces que realicen buenas evaluaciones, con comentarios útiles y enriquecedores, pero también eficientes, ya que es importante que se respeten los tiempos fijados por la revista y se entregue a tiempo al editor la evaluación (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 118).

2.9. Arbitraje

El estrategia editorial realizará un proceso de preevaluación o selección para verificar que el contenido de un artículo postulado contemple de manera directa o transversal el tema de los estudios de juventud urbana (pues en caso contrario, no pasa a la instancia de evaluación), también para comprobar que la presentación sea la establecida por la revista en las instrucciones para autores y para designar a los miembros del Comité evaluador que realizarán el arbitraje.

El ejercicio de arbitraje se concebirá como un híbrido entre una evaluación de la calidad científica del artículo, la pertinencia para ser susceptible de un ejercicio de comunicación pública de la ciencia y un sistema de detección de posibles errores investigativos y conceptuales.

Cada artículo será evaluado al menos por tres (3) miembros del comité evaluador y cada uno recibirá una rúbrica de evaluación para evaluar de 1 a 5 los siguientes aspectos, con un campo para la observación cualitativa subsiguiente:

- Significancia: originalidad del trabajo y/o relevancia en relación con el tema de juventud urbana.
- Presentación: claridad conceptual y expresiva, y lógica en los razonamientos y conclusiones.
- Evidencia: confianza en la metodología, datos y análisis; pertinencia del diseño estadístico y análisis; suficiencia en la cantidad de datos para alcanzar las conclusiones.
- Razonamiento: solidez de la lógica, argumentos, inferencias e interpretaciones.
- Extensión: adecuada, que no supere las 2500 (dos mil quinientas) palabras, y sea concreta y concisa.

En tanto cada miembro del Comité evaluador se muestre de acuerdo, su nombre aparecerá en la ficha técnica de sus artículos evaluados.

Si bien el arbitraje no es un sistema de detección de plagio, los evaluadores deberán alertar al Estratega Editorial si detectan fraudes durante su proceso de lectura y valoración.

2.10. Declaración de Ética

Jóvenes y ciudad cuenta con un código de ética para editores, evaluadores y autores que se fundamenta en los parámetros del Comité sobre Ética en las Publicaciones (COPE, por sus siglas en inglés). Esto garantiza al público que la revista y su contenido es íntegro y con plena calidad divulgativa. Únicamente se aceptarán artículos inéditos, para los que el autor certifique su originalidad mediante declaración juramentada y el editor la verifique con software antiplagio. Ahora bien, si el artículo es originalmente una difusión ya publicada, el autor debe tramitar la autorización para su transformación a lenguaje divulgativo con la publicación científica que lo difundió anteriormente y presentarla adjunta al envío de su artículo.

Si se presenta un caso de plagio, este será analizado en primera instancia por el editor y el Comité evaluador, y el autor podrá tener la oportunidad de demostrar ante ellos la originalidad de su artículo. Si el editor considera la defensa del autor, a través de pruebas tangibles y fiables, suficiente, el inconveniente puede ser tratado entre él y el autor sin necesidad de elevarlo a otra instancia. Pero, si por el contrario se reafirman los indicios de plagio, el caso deberá consultarse con representantes de las entidades de afiliación institucional de los autores o que respaldan la investigación.

2.10.1. Correcciones y retractaciones

Si en algún momento de la historia de la revista se debe corregir o retractar algún contenido debido a plagio o errores conceptuales que se generen a partir del proceso de adaptación a lenguaje divulgativo, esta acción se realizará mediante una nota aclaratoria al inicio de la entrada que aloja el material en la web de la revista.

3. GÉNERO DIVULGATIVO

Jóvenes y ciudad es una publicación que realiza un ejercicio de comunicación pública de los estudios de juventudes urbanas, es decir, vuelve a poner en contexto un conocimiento previamente construido en ámbitos académicos de las ciencias sociales o campos con objetivos mucho más puntuales que poner en común descubrimientos ante un público más abierto y democrático.

Con el ánimo de alcanzar audiencias más amplias que lectores de investigaciones largas o textos académicos, este manual de gestión editorial sugiere algunas técnicas que el estratega editorial y el escritor pueden implementar para llevar a cabo este objetivo.

3.1. Detección de términos específicos y complicados

Al momento de divulgar investigación científica, aún en ciencias “blandas” como las ciencias sociales, es muy importante la mediación del discurso. El estratega editorial y el escritor deben asegurarse de entender y chequear a cabalidad las investigaciones que reciben para divulgar, pues de esto depende el éxito del proceso de mediación que se requiere para este ejercicio.

Para que la tripartita empresa-academia-Estado —definida como público objetivo de la revista— comprenda puntualmente el impacto de los estudios de juventud urbana en la sociedad latinoamericana, es necesario que *Jóvenes y ciudad* logre una naturaleza de medio de comunicación.

Es a través de términos cotidianos y sencillos que los individuos tras las instituciones pueden notar que el conocimiento científico producido en el campo de las ciencias sociales está inmerso en su quehacer cotidiano. Así, el público objetivo de la revista podrá usar y apropiarse de su contenido.

El estratega editorial y, en especial, el escritor, deben garantizar que los consumidores del producto se sientan incluidos y reflejados en él. La adaptación al lenguaje divulgativo debe lograr, a través de la modificación de términos específicos y complicados, que las palabras del investigador de Casa de las Estrategias sean comprensibles para quienes no siempre han estado próximos a los fenómenos de juventud urbana desde su estudio académico.

Esto implica no solamente que la terminología sea de sencilla comprensión, sino que además se reflexione sobre su papel educativo y de entretenimiento, de manera que se piense a *Jóvenes y ciudad* como una publicación amena y amigable para consumir.

“La divulgación desempeña un papel importante en la escenificación y construcción de la representación social de la ciencia y sus actores. El discurso de divulgación expone una serie de procedimientos de sustitución del léxico especializado que reflejan, proponen y construyen representaciones sociales. 44Estas son escenificadas en función de la formación del divulgador, de la imagen que este tiene de la ciencia, de su papel y objetivos como divulgador, del objeto por comunicar y los medios para hacerlo y del público-meta, en un contexto histórico-social determinado” (Berruecos, 2000, citado en González Arribas, p.43)

3.2. Analogías y ejemplos

Conforme a la función principal de la divulgación científica, de poner al alcance de un público no especializado los temas y desarrollos de áreas especializadas, los artículos en la revista podrán hacer uso de las estrategias retóricas que permiten acercar conceptos complejos a las personas. Estas son principalmente: la analogía y el ejemplo. En la analogía, un concepto o hecho es comparado con otro más ampliamente conocido por la gente y que tenga similitudes, aunque se debe aclarar siempre al lector que esta es una herramienta de comprensión y no una definición directa.

En la ejemplificación, se espera que el concepto especializado pueda ser llevado al terreno de la comprensión más general mediante casos de la cotidianidad o el contexto informativo presumible para el lector promedio, que estén directamente relacionados con el tema tratado.

3.3. Infografías

“La infografía es una forma visual de ofrecer información, con una presentación esquemática que resume datos y los explica a través de viñetas y gráficos sencillos de asimilar” (Universidad Autónoma de México, 2014). En concordancia con la filosofía de Casa de las Estrategias del código libre y el acceso abierto, se sugiere crear infografías con el programa propio de diseño, o bien, plataformas digitales gratuitas⁵. Es importante que la infografía sea una propuesta gráfica innovadora que no solamente

⁵ Como ejemplo, el portal Canva: <https://www.canva.com/>

cumpla con el requisito de ser complementaria o sintética para el artículo que está explicando, sino que también resulte útil para el lector o el público que llega a ella, ya que al ser muy atractiva gráficamente, es posible que después de verla el espectador no consuma otro contenido.

El escritor y el diseñador deberán proponer la infografía de un artículo al estratega editorial, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- Incluir información clara y verificable.
- Definir y utilizar el mismo esquema de página para conservar la identidad gráfica de *Jóvenes y ciudad*, al igual que una paleta de colores suficientemente amplia para no dar la sensación de monocromía.
- Mostrar un propósito comunicativo concreto que pueda ser sustentado ante el editor.
- Usar un tono de redacción y graficación que coincida con el del texto.
- Evitar sobrecargas de información que generen saturación visual para el consumidor.
- Hacer correcciones de prueba, para que una versión limpia llegue al editor.
- En los casos que determine el estratega editorial, las infografías pueden ser enviadas a los autores para que estos revisen y corroboren la precisión conceptual y formal.

El estratega editorial podrá ajustar, corregir y sugerir cambios a la infografía antes de dar su aprobación final.

3.4. Uso del *storytelling*

En el ejercicio divulgativo, cualquier contenido científico es susceptible de ser representado a través de una historia. Como punto de partida en cada artículo, se sugiere aplicar alguna de las cuatro estructuras narrativas que describen qué puntos deben aparecer en la línea de tiempo de toda historia para que su consumidor pueda

imaginarla completa y por consiguiente, se facilite la comprensión del fenómeno científico que se está divulgando.

3.4.1. Narrativa en tres actos (Poética Aristotélica, siglo IV a.C.; guionista Syd Field)

La historia inicia con una presentación de la cotidianidad de los personajes implicados y luego esta cotidianidad se rompe o se altera. Esto lleva a los personajes a un punto de no retorno, y en el nudo, se desarrollan los hechos o se plantea un objetivo en una curva de tensión que se compone de varios puntos álgidos —situación o reto inmediato que lo aleja del objetivo y una vez la resuelve, lo acerca a este mucho más—. En el desenlace, se logra el objetivo o se da una solución esperada o inesperada de los conflictos, y se plantea una nueva cotidianidad.

3.4.2. Narrativa en cinco actos (Gustav Freytag, dramaturgo alemán)

La estructura se divide en: exposición, conflicto o acción ascendente, clímax, acción descendente, desenlace. En la exposición se presenta el contexto y a los protagonistas, y se enlaza con el conflicto cuando hay un incidente motivador del mismo que deba ser narrado. Los problemas que configuran el conflicto deben ir aumentando hasta llegar al punto clave para los protagonistas, ese que hará que su destino cambie. En la acción descendente, la tensión disminuye y el desenlace se realiza con la narración de lo que ocurrió después de superado el conflicto.

3.4.3. Narrativa en ocho pasos (Dan Harmon, guionista de 'Rick y Morty')

Para Harmon la estructura real de cualquier buena historia es circular, y se podría resumir como un descenso a lo desconocido y un posible retorno.

1. Un personaje está en su zona de confort...
2. pero quiere algo.
3. Entra en una situación desconocida,

4. se adapta a ella,
5. obtiene lo que quería,
6. pagando un alto precio por ello.
7. Regresa a su situación conocida,
8. habiendo cambiado. (Cubero, 2019).

3.4.4. El viaje del héroe (Joseph Campbell, mitólogo)

En esta estructura, el protagonista pasa por doce fases que van llevando la acción hasta el final completando lo que se llama el arco del personaje, su evolución.

1. El mundo ordinario: se presenta el estado de las cosas antes de que se plantee el conflicto que lo va a cambiar todo. Se presenta al protagonista en su día a día. De esta manera, el lector conocerá todo lo que el personaje deja atrás, todo lo que pierde cuando se produce el detonante.
2. La llamada a la aventura: se produce el elemento disruptor, el suceso que pone todo patas arriba. Al protagonista se le presenta un conflicto o la imperiosa necesidad de lograr un objetivo. No ha de ser un tema de vida o muerte, sino que se puede tratar de algo muy pequeño, sutil, pero ya nada volverá a ser lo mismo.
3. Rechazo de la llamada: en un primer momento, el protagonista no quiere asumir la aventura o la misión, entonces la rechaza, porque teme abandonar su zona de confort, su estado de equilibrio, el lugar donde se siente seguro y cree que nadie le puede hacer daño.
4. Encuentro con el maestro: el protagonista conoce a alguien que actúa como catalizador de la historia, que lo convence de aceptar la llamada de la aventura, de ese conflicto que se le ha planteado. Le anima. A veces, también, este maestro le da una serie de consejos, herramientas o claves para llevar a cabo la misión. De esta manera, el protagonista está preparado para cruzar la frontera del mundo ordinario al mundo extraordinario.
5. Cruce del primer umbral: el protagonista tiene que hacer frente al primer obstáculo que el mundo extraordinario le plantea. El hecho de luchar contra ese primer obstáculo, que lo más seguro no supere, le hace estar de lleno en la aventura. Ya no hay vuelta atrás. Comienza el desarrollo con sus numerosos obstáculos. Ha cruzado la puerta.
6. Pruebas, aliados y enemigos: el protagonista se tendrá que enfrentar a diferentes pruebas y obstáculos a lo largo del desarrollo. Puede que alguno de esos obstáculos sean otros personajes, los enemigos. Pero, para superarlos, contará también con la ayuda de aliados, amigos.

7. Acercamiento: cada uno de esos obstáculos, generalmente in crescendo, algunos los supera y otros no, le van preparando para el reto decisivo. Se tendrá que enfrentar a él. Cada vez que avanza o fracasa, el protagonista va aprendiendo y va evolucionando. Va conociendo mejor a sus enemigos o a sí mismo. Todo esto le ayudará en el momento decisivo.
8. Prueba suprema: es la hora del clímax, cuando el protagonista se enfrenta al mayor reto de todos, para el que, a lo mejor sin saberlo, se ha estado preparando toda la historia. Es cuando echa mano de todo lo que ha aprendido, de todos los recursos, y se lo juega a todo o nada. Es casi como si de nuevo cruzase el umbral.
9. Recompensa: después del reto decisivo, el protagonista es recompensado, haya superado o no haya superado el reto decisivo. Dicha recompensa puede ser inmateral como haber ganado un amigo, sentirse más fuerte o tener una nueva habilidad.
10. El camino de vuelta: después de la prueba suprema y la recompensa, el héroe inicia el camino de regreso, pero queda un último problema. El protagonista se enfrenta a una pelea para no perder aquello que ha ganado.
11. La resurrección: esta última lucha para mantener la recompensa es otra vez una lucha a vida o muerte (puede ser en sentido figurado). Aquí es cuando "muere" el viejo yo del protagonista, el que era antes de empezar la historia, el personaje se desprende totalmente de él. Sale de esta última prueba, purificado y preparado para emprender el viaje de regreso.
12. El regreso: el protagonista atraviesa de nuevo la puerta que lo lleva al mundo ordinario. Pero ahora tiene su recompensa y, además, la experiencia. Ya no es el mismo. Conoce aspectos de sí mismo que ignoraba, posee nuevas amistades, se siente más seguro y fuerte. Es decir, no es el mismo mundo ordinario que al principio (Murillo Arias, 2018).

3.5. Recursos hipertextuales

Jóvenes y ciudad debe ser un universo narrativo distribuido en distintas plataformas, no únicamente en redes sociales y para objetivos de distribución y visibilidad de la publicación. Se sugiere enlazar todos los recursos que se encuentren en diferentes soportes (audio, video, infografía interactiva, entre otros) en una plataforma propia para tales e insertar su *plug-in* en el código del sitio web de la revista, de manera que constituyan entre ellos una rueda de enlaces y además enriquezcan la diagramación de la revista.

Igualmente, es importante el uso de hipervínculos a contenido propio o libre y compartido que pueda aportar al objetivo de la revista: divulgar los estudios de juventud urbana en Latinoamérica.

4. PROCEDIMIENTOS EDITORIALES

4.1. Selección del tema semestral

El comité editorial se reunirá para definir la temática de la convocatoria que se abrirá cada seis meses y esta elección dependerá del o los temas más predominantes para el centro de estudios en su estrategia misional del año en curso.

4.2. Convocatoria interna

La recepción de artículos de los investigadores del centro de estudios será permanente, pero tendrán prioridad de publicación los artículos o las contribuciones que coincidan con el tema del número en convocatoria vigente.

Para que un texto pueda ser adaptado a formato divulgativo y publicado en *Jóvenes y ciudad*, debe contar con los siguientes elementos claramente identificados:

- Introducción
- Objetivo de divulgación: qué se pretende con la investigación o la intención comunicativa del ensayo o la entrevista.
- Metodología (en caso de los artículos derivados de investigaciones)
- Resultados, respuestas o discusión
- Conclusiones
- Bibliografía

Ni en el artículo original ni en su adaptación deben omitirse las referencias y citas de otros autores de acuerdo con las normas APA, sexta edición⁶.

⁶ <https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>

El autor deberá enviar su artículo al correo electrónico o el sistema de gestión de contenidos definido por el estratega editorial. Este deberá tener una extensión máxima de 2500 palabras (sin contar gráficas u otros recursos hipertextuales), estar en formato compatible con Word 2003, con letra Times New Roman 12 e interlineado de 1,5.

El título del recurso no podrá superar las 15 palabras y sucedido a este, deberán estar los nombres de sus autores en orden de contribución, seguidos de su filiación institucional. Después se deben indicar un mínimo de 5 palabras ordenadas de mayor a menor generalidad que den cuenta de los temas fundamentales que se encuentran en el artículo.

Las tablas, figuras y gráficas deben estar indicadas en el cuerpo del artículo, debidamente numeradas con números arábigos según su orden de presentación y con toda la información necesaria de manera que esta sea fácil de entender, incluyendo título y fuentes. Se sugiere que las tablas sean creadas con la herramienta para insertar tablas de Word y las figuras se inserten en formato editable, desde los programas en los cuales hayan sido creadas o se envíen los archivos originales.

Si el autor lo desea, puede adjuntar un documento donde indique brevemente en un lenguaje sencillo y comprensible, propio de la divulgación científica, la metodología usada, el cómo de la investigación, describiendo el proceso, los hallazgos y resultados o impactos. Todo concepto científico, palabra técnica, neologismo, etc, debe ser explicado o descrito al final del documento bajo el subtítulo "Glosario" (Revista Experimenta, 2020).

Igualmente, el autor deberá enviar diligenciado el formato de Cesión de derechos (ver 5.3.).

Si cuenta con fotografías, imágenes, ilustraciones, audios o videos propios, podrá adjuntarlos con un pie de foto que conste de 15 a 20 palabras. Deberá enviar también la cesión de derechos diligenciada y firmada para cada recurso multimedia. Los elementos fotográficos e imágenes deben suministrarse en la más alta resolución, de preferencia en formatos jpg o png a 300 dpi.

4.2.1. Investigador invitado

En cada apertura de convocatoria, el estratega editorial deberá extender, vía correo electrónico, una invitación a los centros de estudios latinoamericanos aliados de Casa de las Estrategias, para que participen en el ejercicio divulgativo de la revista con la temática designada. Sus autores deberán ceñirse a las reglas anteriores de la convocatoria interna. Cada número de la revista podrá contar con un máximo de tres investigadores invitados.

4.3. Recepción de artículos

Los contenidos que podrán publicarse en *Jóvenes y ciudad* deben enmarcarse en las siguientes tipologías textuales:

- **Artículo resultado de investigaciones finalizadas:** presenta resultados o especulaciones novedosas en los campos del conocimiento transversales o directamente relacionados con las juventudes urbanas.
- **Artículo que presenta hallazgos parciales de investigaciones en curso:** presenta estudios descriptivos o retrospectivos, para dar a conocer resultados preliminares de un proyecto. Su extensión en general es un 50% menor a la del artículo original.
- **Ensayo:** expone, analiza o comenta una interpretación personal, sobre los campos del conocimiento transversales o directamente relacionados con las juventudes urbanas.
- **Editorial:** postura argumentativa de Casa de las Estrategias respecto a un fenómeno o situación específica relacionada con los campos del conocimiento transversales o directamente relacionados con las juventudes urbanas o bien, sobre la temática del número vigente de la revista. Generalmente, de autoría del Estratega Ejecutivo o quien este designe para la redacción del mismo.
- **Entrevista:** una conversación en audio o transcrita que puede ser parte de una investigación cualitativa en los campos del conocimiento transversales o directamente relacionados con las juventudes urbanas, debe ser semiestructurada y tener sus preguntas esbozadas.

Asimismo, deben contar con una declaración de originalidad o bien, de difusión previa y autorización de la revista que lo aloja para la realización de la obra derivada. El editor debe cerciorarse de que la licencia de la publicación de difusión cuenta con licencia Creative Commons Atribución – No comercial – Compartir igual.

Inicialmente, el sistema de recepción podrá llevarse a cabo vía correo electrónico y la gestión de artículos vía nube o sistema de almacenamiento. Sin embargo, si el estrategia editorial contempla implementar un software de gestión editorial, debe tener en cuenta las siguientes características:

- Almacenamiento de los perfiles de los miembros del comité editorial, su desempeño y otros a convocar en el futuro.
- Facilidad para emisión de todo tipo de informes.
- Facilidad y calidad de la composición; adaptabilidad a los distintos requerimientos gráficos.
- Gestión de la correspondencia en forma automatizada, con plantillas prediseñadas según interés.
- Permanente actualización del sistema y soporte técnico.
- Posibilidad para el autor de enviar el trabajo en línea.
- Tipología de archivos que acepta para texto, imagen y multimedia.
- Tamaño de los archivos resultantes (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016).

Asimismo, el estrategia editorial debe recordar la filosofía de código abierto de Casa de las Estrategias, por lo que deberá seleccionar un sistema de gestión de contenidos libre.

4.4. Curaduría / selección de artículos

Cada texto debe estar bien estructurado para que el estrategia editorial y el corrector de estilo puedan encontrar la información de manera clara y hacer el ejercicio de mediación correspondiente que requiere para el género divulgativo.

El estratega editorial deberá hacer una preselección de artículos para enviar al Comité Evaluador, cuyos miembros los valorarán y recomendarán nuevos elementos o señalarán falencias a los textos arbitrados.

Aunque la revista contará con publicación continua, cada número se podrá completar con un mínimo de seis publicaciones por tema definido. Es decisión del estratega editorial cuándo cerrar un número o continuar con su publicación. Ningún número podrá superar el periodo de dos (2) años de publicación continua de los artículos que lo componen.

4.5. Comunicación con los autores y adaptación a género divulgativo

El estratega editorial mantendrá la comunicación con los autores. Les notificará la aceptación de sus artículos de acuerdo con lo informado por el Comité Evaluador y les explicará en qué consiste el proceso de adaptación al género divulgativo.

Desde el inicio, se planeará y solicitará fotografías, para que los autores puedan adelantar selección o toma de estas, si es necesario.

Después de la aceptación de las condiciones por parte del autor, el artículo pasa al escritor/generador de contenido, que deberá transformarlo con toda la fidelidad posible al contenido e intención del autor, valiéndose de recursos que les permitan a las personas comprender un tema desde su propia vivencia. Se recomienda usar ejemplos que establezcan relación entre la investigación y la vida cotidiana, para hacerla evidente. También se deberá relacionar la investigación con cifras de contexto que le den cercanía y/o universalidad a nuestros estudios científicos (véase 3. Género divulgativo).

Después de este primer proceso, el estratega editorial se comunicará con los autores vía telefónica y correo electrónico en caso de que se requieran precisiones o modificaciones.

Por otro lado, también será elección del autor aportar otros recursos para enriquecer su publicación —videos, audios, esquemas de infografía, entre otros— o intentar su adaptación propia al lenguaje divulgativo, con el acompañamiento del editor. Asimismo, también podrá decidir realizar una co-escritura constante y completa con el generador de contenido.

4.6. Edición

El estratega editorial leerá la primera versión del artículo divulgativo después de las precisiones del autor y la devolverá al escritor si posee problemas de estilo, tono o forma, o la ratificará.

Una vez ratificada la primera o segunda versión ajustada, comenzará el proceso de edición para publicación del artículo en el número vigente. El estratega editorial podrá lanzar el número al público de la revista con mínimo dos (2) artículos cosechados.

4.6.1. Formalización de textos

En esta etapa del proceso, se definen los formatos de presentación del artículo: márgenes, fuente, interlineado, uso de normativa para peso, medidas, transliteración, presentación de tablas e imágenes, información de autorizaciones de derechos de autor para partes del texto (fotos, cuadros, mapas, etc.), identificación del autor para correspondencia, presentación de los evaluadores que participaron en el proceso de selección, créditos al equipo editorial (dependiendo de su alcance de intervención en el trabajo original), entre otros.

4.6.2. Ficha técnica

Contiene todos los nombres titulares de los derechos de autor más adelante explícitos en el numeral 5. Propiedad Intelectual.

4.7. Determinación y elaboración de imágenes, gráficos y otros recursos multimediales

El estratega Editorial, el escritor y el diseñador definirán los recursos gráficos y multimediales que pueden acompañar el artículo, bien sea que los propongan como elaboración propia de la revista o basados en el material que aporte el autor de cada artículo para dicho fin. El diseñador se encargará de ejecutar o producir estos contenidos, con directriz del estratega editorial.

4.8. Corrección de estilo

Casa de las Estrategias deberá contratar el servicio de corrección de estilo a un tercero, que lo preste de manera puntual y por tiempo limitado. Este deberá detectar posibles errores de tipeo, ortografía, imprecisiones, términos que no coincidan con el lenguaje divulgativo entre otros; además de mejorar la gramática y claridad del artículo aprobado para su publicación. Asimismo, el estratega editorial deberá proporcionarle todos los textos complementarios del artículo en cada uno de sus soportes, así como pies de fotos, gráficos e infografías.

4.9. Ratificación con autores

El estratega editorial debe enviar a cada autor un paquete con su artículo adaptado a género divulgativo y corregido; las imágenes o fotografías que lo acompañarán, otros recursos multimedia que se incluirán en la misma url donde estará disponible el artículo. El autor deberá firmar una carta de ratificación del contenido donde indique que está de acuerdo con que todo lo adaptado coincide con su intención comunicativa original y autoriza a *Jóvenes y ciudad* a publicar el material.

En caso de no estar de acuerdo y tener observaciones o correcciones con el contenido adaptado, deberá apuntarlas por escrito al estratega editorial y este se encargará de recibirlas o rechazarlas de acuerdo con sus criterios de divulgación y edición.

4.10. Diagramación

El administrador de contenidos digitales deberá definir un mismo estilo de diagramación de los elementos comunicativos para todos los artículos del número, y los acomodará en el código o la maquetación de la página.

4.11. Corrección de prueba

El estrategia editorial deberá revisar meticulosamente y dar autorización para publicar todos los recursos anteriormente mencionados, que equivalen a una obra presentada en el número determinado de la revista:

- Artículo adaptado a formato divulgativo
- Versión SEO del artículo
- Hipervínculos
- Imágenes o fotografías del artículo
- Videos
- Audios
- Infografías
- *Copies* de entradas promocionales (en otros sitios web, boletines electrónicos y redes sociales)
- Imágenes y videos de entradas promocionales

Una vez el estrategia editorial haya autorizado la publicación de todo el material que constituye un artículo, se habrá concluido con la gestión editorial de uno de los artículos que componen el número.

5. PROPIEDAD INTELECTUAL

5.1. Derechos de autor

Los derechos patrimoniales de los artículos inéditos que publique *Jóvenes y ciudad* seguirán siendo del autor o autores del artículo publicado. Ahora bien, tanto de los artículos inéditos como de las adaptaciones o *Jóvenes y ciudad* tendrá los derechos patrimoniales de las obras derivadas de las publicaciones originales, es decir, de los textos, imágenes, audios y videos que traducen el conocimiento científico en un ejercicio de comunicación pública de la ciencia.

Jóvenes y ciudad debe recibir autorización previa y expresa de los autores o del titular de las obras (editoriales científicas) para ejercer los derechos patrimoniales de transformación y distribución. El Estratega Editorial debe encargarse de tramitar estas cesiones.

5.2. Licencia de la revista

Jóvenes y ciudad es una publicación con licencia Creative Commons Atribución – No comercial – Compartir igual. Esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de tu obra de modo no comercial, siempre y cuando den crédito y licencien sus nuevas creaciones bajo las mismas condiciones.

5.3. Cesión de derechos

Con el envío de su material original, cada autor debe suscribir la siguiente carta de cesión de derechos:

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Y CESIÓN DE DERECHOS PARA PUBLICACIÓN

Por este medio certifico que el trabajo titulado: _____ que presento para posible publicación en la revista *JÓVENES Y CIUDAD* editada por la *FUNDACIÓN CASA DE LAS ESTRATEGIAS*, no ha sido adaptado a lenguaje divulgativo para ninguna otra publicación ni se adaptará, en caso de ser aceptado para publicación.

Declaro que el artículo es original o soy el titular de sus derechos patrimoniales, dado que sus contenidos son producto de mi directa contribución intelectual. Todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal y, en los casos que así lo requieran, cuento con las debidas autorizaciones de quienes poseen los derechos patrimoniales.

Por lo anterior, declaro que soy (somos) el/los autores de la obra y titular de los derechos patrimoniales que recaen sobre la misma, y que la misma fue escrita o elaborada en estricto cumplimiento de las normas sobre derechos de autor, por tanto, me hago responsable de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de responsabilidad a la *FUNDACIÓN CASA DE LAS ESTRATEGIAS*. De igual forma declaro que no tengo conflicto de intereses que puedan afectar los contenidos, resultados o conclusiones del artículo.

En caso de que el artículo sea aprobado para su adaptación y posterior publicación, autorizo de manera ilimitada en el tiempo a la *FUNDACIÓN CASA DE LAS ESTRATEGIAS* para que incluya dicho texto en la revista *JÓVENES Y CIUDAD* y pueda reproducirlo, editarlo, distribuirlo, exhibirlo, comunicarlo y ponerla a disposición en el país y en el extranjero por medios impresos, digitales, o cualquier otro medio conocido o por conocer. Declaro conocer que la revista se distribuye bajo una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

Para constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración a los ____ días, del mes de _____, del año _____, en la ciudad de _____.

6. DISTRIBUCIÓN Y MEDICIÓN DE IMPACTO

Jóvenes y ciudad podrá ser distribuida a través de todas las plataformas digitales que permitan el alojamiento de sus tipos de contenido: página web, correos electrónicos, página de Facebook, perfil de Twitter, cuenta de Instagram, canal de YouTube o Vimeo, cuenta de iVoox o Soundcloud indexada en plataformas de pódcast, Prezi, Scribd, entre otros medios electrónicos que el estratega editorial determine para su estrategia de posicionamiento.

Cada artículo tendrá una versión de entrada de blog SEO de 500 palabras y enlaces con autoridad de dominio que permitan posicionar la revista en buscadores, tres imágenes que lo acompañen y mínimo, un recurso multimedial (video, pódcast, infografía, mapa interactivo, etc.) El co-escritor deberá producir el contenido SEO, el diseñador los demás recursos incluidos y el administrador de contenidos digitales se encargará de los enlaces con autoridad de dominio.

En la distribución se deben evitar las normas APA y se usará en su lugar citas de nombre y cargo o referencia principal, en dichos formatos de publicación. Igualmente, el administrador de contenidos digitales deberá presentarle al estratega editorial la parrilla de contenidos con la que se promocionará el artículo en redes sociales, otros sitios web, el boletín institucional, entre otras estrategias que se tengan contempladas; programada durante un mes.

6.1. Altmetría

Se recomienda utilizar la altmetría para medir el impacto de la publicación. Cada recurso debe tener visibles sus estadísticas de manera permanente: visitas al artículo, usuarios únicos, descargas, compartidos en redes sociales. También se debe tener en cuenta reproducciones, usuarios únicos y compartidos de los recursos multimedia.

El Estratega Editorial deberá entregar informes del impacto de la revista basado en un ejercicio de altmetría cada seis meses al Estratega de Impacto.

6.2. Visibilidad y preservación digital

El sitio en línea de *Jóvenes y ciudad* debe contar con los siguientes principios, establecidos por Consorcio World Wide Web (W3C) en 2012:

- **Perceptible:** leyendas y otros textos alternativos para materiales no textuales como multimedia o imágenes; el contenido debe ser fácil de ver y oír y estar presentado de diferentes formas.
- **Operable:** funcionalidad disponible desde el teclado, con tiempo suficiente para que el lector pueda leer y utilizar el contenido, que los usuarios pueden navegar fácilmente el sitio, encontrar contenido y determinar dónde están.
- **Comprensible:** texto legible y comprensible, contenido aparece y funciona de manera predecible, se ayuda a que los usuarios eviten y corrijan errores.
- **Robusto:** contenido compatible con las tecnologías actuales y futuras. (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 82).

Asimismo, debe ser *responsive*, es decir, de fácil lecturabilidad, legibilidad y navegación en dispositivos móviles. Los recursos multimediales deben archivarse en su plataforma ideal correspondiente (ejemplo: iVoox o Soundcloud para audios, YouTube o Vimeo para videos). Todos los recursos de información deben incluir su forma de citación.

Se recomienda la gestión de un ISSN para la revista en línea, ya que identificará y diferenciará la publicación de otras. Asimismo, contactar a una agencia DOI, para tener un identificador digital en Internet para cualquier elemento que pueda ser objeto de propiedad intelectual. "Asocia el recurso digital con datos que lo caracterizan y que permiten ubicarlo en la web, ya no por su localización o dirección, sino identificándolo a través de la descripción que guarda de él" (Aparicio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 74). El DOI es crucial para todos los recursos multimedia y necesario para cualquier eventual transacción que implique propiedad intelectual.

6.2.1. Información permanente

La historia de la revista y de las personas que estuvieron involucradas en su edición se preservará si se incluyen siempre elementos que permitan interpretar el contenido en el contexto de la línea misional de Casa de las Estrategias. Por lo tanto, el título de *Jóvenes y ciudad*, su ISSN correspondiente y el nombre del centro de estudios deben mantenerse en el encabezado de cada página.

En pestañas o botones fijos deben estar el acceso al contenido histórico o archivo, un enlace o información de contacto para los interesados que deseen enviar información o consultas sobre la revista, una ficha técnica con los integrantes del equipo editorial y sus cargos, la política editorial y cómo postular artículos resultado de investigaciones finalizadas, artículos que presenten hallazgos parciales de investigaciones en curso, ensayos, editoriales y entrevistas (instrucciones para autores).

En el pie de la página deben estar los datos de contacto y ubicación del centro de estudios como institución de filiación y la licencia Creative Commons de Atribución – No comercial – Sin Derivar.

El Estratega de Datos se encargará semestralmente de realizar copias de seguridad, convertir los archivos a formatos más seguros, realizar verificaciones periódicas para comprobar que son legibles, hacer un seguimiento del desarrollo tecnológico para prever la necesidad de migrar los formatos o programas obsoletos, etc.

6.2.2. Metadatos

Los metadatos son “información estructurada o semiestructurada que posibilita la creación,

registro, clasificación, acceso, conservación y disposición de los documentos a lo largo del tiempo” (Norma ISO 23 081-1, 2008, citada en paricio, Banzato & Liberatore, 2016, p. 109). El equipo editorial debe establecer los metadatos para definir los productos que circularán en *Jóvenes y ciudad* con palabras o frases, etiquetarlos y asociar esta definición con los archivos.

“Los metadatos son la versión electrónica de la información que los bibliotecarios tienen en sus catálogos y que posibilita a una persona ubicar y entender los datos que le permiten acceder a la información que necesita” (ibid.). El estratega editorial deberá definir cuáles metadatos son importantes para guardar y recuperar información sobre recursos en la web, e implementarlos con la ayuda del Administrador de contenidos digitales o bien, de un experto externo en código y lenguajes de programación.

7. REFERENCIAS

American Psychological Association (2010). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (6 ed.). México D.F.: Editorial Manual Moderno.

Aparicio, A.; Banzato, G.; Liberatore, G (2016). Manual de gestión editorial de revistas científicas de ciencias sociales y humanas : Buenas prácticas y criterios de calidad. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO : CAICYT-CONICET : PISAC : Consejo de Decanos. Facultades de Ciencias Sociales y Humanas : Ministerio de Ciencia y Tecnología MINCyT : Ministerio de Educación y Deportes : REUN - Red de Editoriales de Universidades Nacionales. En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.482/pm.482.pdf>

Casa de las Estrategias (agosto de 2017). Nada justifica el homicidio. Disponible en: <https://nocopio.com/wp-content/uploads/2017/08/Propuesta-protocolo-y-fondo-Nada-Justifica-el-homicidio-2.pdf>

Casa de las Estrategias & Fundación Mi Sangre (2013). Graffiti en Medellín. Disponible en: <https://casadelasestrategias.com/wp-admin/admin-ajax.php?action=cfdb-file&s=1436295750.7518&form=Biblioteca+Web&field=Archivo>

Casa de las Estrategias (2015). Ruido. Disponible en: <https://casadelasestrategias.com/wp-admin/admin-ajax.php?action=cfdb-file&s=1440798143.5927&form=Biblioteca+Web&field=Archivo>

Casa de las Estrategias (2020). Estrategia misional 2020.

Cubero, D.E. (15 de abril de 2019). Cómo funciona la estructura de Dan Harmon en 8 pasos (1ª parte) [entrada de blog]. Recuperado de: <https://cursosdeguion.com/196-como-funciona-la-estructura-de-dan-harmon-en-8-pasos-1a-parte/>

Fernández, E. (3 de noviembre de 2015). Estructura en cinco actos [entrada de blog]. Recuperado de: <https://viadelescriptor.wordpress.com/estructuras-literarias/estructura-en-cinco-actos/>

González Arribas, L.F. (2007). Divulgación de la Ciencia para Niños a Través de Revistas Producidas en México: Aproximación a Partir de las Estrategias Editoriales y Discursivas

(tesis de Maestría). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Disponible en: https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/2396/luis_fernanda_gonzalez.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Heil, C. (17 de marzo de 2012). Modelo de estructura. El paradigma de Syd Field [entrada de blog]. Recuperado de: <https://blogs.ffyh.unc.edu.ar/suenosdeunguionista/?p=188>

Jaramillo Morales, J.D. (2013). ¿“Entrar” o “salir” de la violencia? Construcción del sentido de lo joven en Medellín desde el graffiti, el hip-hop y la violencia (tesis de Maestría). Universidad Javeriana. Disponible en: <https://casadelasestrategias.com/wp-admin/admin-ajax.php?action=cfdb-file&s=1435782686.9645&form=Biblioteca+Web&field=Archivo>

Murillo Arias, L. (1 de febrero de 2018). La estructura del viaje del héroe [entrada de blog]. Recuperado de: <https://creamundi.es/la-estructura-del-viaje-del-heroe/>

Universidad Autónoma de México [UNAM_MX]. (2014, 11 03). ¿Qué es una infografía? [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=ERsVprw030k>