

**CUENCA**



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL PARA  
LA REALIZACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL DE CARÁCTER ACADÉMICO –  
ESTUDIANTIL (ARKHÉ).**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del Título de Licenciada/o en  
Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación  
Digital.**

**AUTORES:**

**GABRIELA DEL CISNE ROJAS PULLAGUARI  
HENRY VINICIO GUTAMA ROCANO**

**DIRECTOR:**

**MÁSTER WILSON GÁRATE**

**CUENCA-ECUADOR**

**2016**



## RESUMEN

El proyecto titulado *Creación y diseño de la plataforma web y aplicación móvil para la realización de la revista digital de carácter académico-estudiantil (Arkhé)*, tuvo como objetivo instaurar un medio propio para la Carrera de Comunicación Social, destinado a la publicación de trabajos e investigaciones de docentes y estudiantes. El proyecto fue estructurado visual y conceptualmente. En cuanto a la estructura visual, se crearon elementos que identifican a la revista, como: logotipo, colores y todo lo relacionado al diseño visual y funcional de la página y su aplicación móvil. En lo referente a la parte conceptual, se elaboraron las bases fundamentales para que exista una revista como: misión, visión, sostenibilidad, concepto de su nombre, creación de la línea editorial, Consejo Editorial, políticas de calidad y normas de publicación; para convertir a Arkhé en una fuente de referencia confiable con posibilidades de indexación. El presente proyecto comprende una investigación teórica y práctica. En el primer capítulo se partió de un marco teórico y se desarrollaron conceptos indispensables para la elaboración de una revista digital. En el segundo se mostró los resultados de la aplicación de encuestas y entrevistas realizadas a estudiantes y profesores. En el tercero se elaboraron las bases de la revista académica y de la estudiantil. Finalmente en el cuarto capítulo se creó el espacio web en donde consta toda la información de la revista para que puedan publicar sus trabajos. En consecuencia, Arkhé es un medio que apoya al proceso de aprendizaje, en el que profesores y estudiantes desarrollan sus habilidades a través de la práctica.

**Palabras clave:** plataforma web, revista digital, académica, estudiantil, línea editorial.



## ABSTRACT

The project entitled “*Creación y diseño de la plataforma web y aplicación móvil para la realización de la revista digital de carácter académico-estudiantil (Arkhé)*”, had the aim of create an own media resource for the publication of professors and students’ research work of the Social Communication School. This project was structured visually and conceptually. For the visual structure, the authors created elements that identify the magazine as: logo, colors and everything related to the visual design and the functional part of the web page and its mobile app. For the conceptual part, the researchers have developed the fundamental bases for a magazine as: mission, vision, sustainability, concept name, creation of editorial policy, editorial board, quality policies and publication standards; in order to convert Arkhé in a reliable source of reference with indexation potential. The present project includes a theoretical and practical research. The first chapter departed from theoretic and essential concepts for the development of a digital magazine. The second chapter showed the results of interviews and surveys applied to students and teachers. In the third chapter, the authors developed the basis of an academic and student magazine. Finally, the fourth chapter explained how the researchers created the virtual space where all the information about the magazine is contained, in order to help users to publish their works. Consequently, Arkhé is a media that supports the learning process, where professors and students develop their skills through practice.

**Key words:** web platform, digital magazine, academic, student, editorial line.



**INDICE**

**RESUMEN.....2**

**ABSTRACT..... 3**

**INDICE.....4**

**AGRADECIMIENTO..... 14**

**DEDICATORIA..... 16**

**INTRODUCCIÓN.....18**

**CAPÍTULO I.....21**

**1 Aproximación conceptual.....22**

**1.1 La Internet..... 22**

**1.1.1 Origen de la Internet.....23**

**1.1.2 El Nuevo Medio: Ciberespacio..... 25**

**1.2 El discurso o lenguaje digital.....27**

**1.2.1 El hipertexto o hipertextualidad.....28**

**1.2.2 Multimedia..... 30**

**1.2.3 Hipermedia..... 31**

**1.2.4 Transmedia..... 32**

**1.2.5 Interactividad..... 35**

**1.3 Revistas Digitales y electrónicas..... 37**

**1.3.1 Definiciones básicas..... 37**

**1.3.1.1 Revista electrónica o digital.....37**

**1.3.1.2 Revista estudiantil..... 38**

**1.3.1.3 Revista académica..... 39**

**1.3.2 Antecedentes de las revistas digitales académicas.....40**

**1.3.3 Ventajas de la revista digital frente a la impresa..... 42**

**1.3.4 Revistas electrónicas-digitales de la Universidad de Cuenca..... 44**

**1.3.4.1 Revista Maskana..... 44**

**1.3.4.2 Revista digital Pucara..... 44**

**1.3.4.3 Revista el Cartel Azuayo..... 45**

**CAPÍTULO II..... 48**

**1 Aplicación e interpretación de encuestas y entrevistas..... 49**

**1.1 Aspectos generales..... 49**

**1.2 El universo.....50**



<b><u>1.3 La muestra</u></b> .....	<b>50</b>
<b><u>1.3.1 Interpretación de los valores</u></b> .....	<b>50</b>
<b><u>1.3.2 Aplicación de la fórmula</u></b> .....	<b>51</b>
<b><u>1.4 Tipo de muestreo</u></b> .....	<b>52</b>
<b><u>1.5 Estratos</u></b> .....	<b>53</b>
<b><u>1.5.1 Primer estrato</u></b> .....	<b>54</b>
<b><u>1.5.2 Segundo estrato</u></b> .....	<b>54</b>
<b><u>1.5.3 Tercer estrato</u></b> .....	<b>55</b>
<b><u>1.5.4 Cuarto estrato</u></b> .....	<b>55</b>
<b><u>1.6 Aplicación de las encuestas</u></b> .....	<b>56</b>
<b><u>1.7 Interpretación y análisis cuantitativo de las encuestas</u></b> .....	<b>57</b>
<b><u>1.8 Aplicación e interpretación de entrevistas de profundidad</u></b> .....	<b>75</b>
<b><u>1.8.1 Interpretación y análisis cualitativo de las entrevistas</u></b> .....	<b>76</b>
<b><u>CAPÍTULO III</u></b> .....	<b>87</b>
<b><u>1 Creación de la revista digital de carácter académico y estudiantil Arkhé</u></b> .....	<b>88</b>
<b><u>1.1 Origen y significado de la palabra Arkhé</u></b> .....	<b>88</b>
<b><u>1.2 Elaboración de las bases de la revista</u></b> .....	<b>90</b>
<b><u>1.3 Misión y visión de la revista universitaria digital Arkhé</u></b> .....	<b>92</b>
<b><u>1.3.1 Misión</u></b> .....	<b>92</b>
<b><u>1.3.2 Visión</u></b> .....	<b>92</b>
<b><u>1.4 Sostenibilidad y Sustentabilidad de la revista Arkhé</u></b> .....	<b>93</b>
<b><u>1.4.1 Sostenibilidad</u></b> .....	<b>93</b>
<b><u>1.4.2 Sustentabilidad</u></b> .....	<b>93</b>
<b><u>1.5 Lineamientos editoriales generales</u></b> .....	<b>93</b>
<b><u>1.5.1 Nombre de la revista</u></b> .....	<b>93</b>
<b><u>1.5.2 Cumplimiento de la periodicidad</u></b> .....	<b>94</b>
<b><u>1.5.3 Público destinatario</u></b> .....	<b>94</b>
<b><u>1.5.4 Tipo de licencia</u></b> .....	<b>95</b>
<b><u>1.6 Creación de la línea editorial de la revista Estudiantil Arkhé</u></b> .....	<b>97</b>
<b><u>1.6.1 Cobertura temática</u></b> .....	<b>97</b>
<b><u>1.6.2 Idioma</u></b> .....	<b>97</b>
<b><u>1.6.3 Formato de la revista</u></b> .....	<b>97</b>
<b><u>1.6.4 Formatos de los trabajos estudiantiles</u></b> .....	<b>98</b>
<b><u>1.6.5 Tipo de licencia</u></b> .....	<b>98</b>
<b><u>1.6.6 Comité Editor</u></b> .....	<b>98</b>



<b><u>1.6.6.1 Roles de los responsables de la revista</u></b> .....	98
<b><u>1.6.7 Secciones de la revista</u></b> .....	100
<b><u>1.6.8 Lineamientos y normas para los autores</u></b> .....	100
<b><u>1.6.8.1 Contenido</u></b> .....	100
<b><u>1.6.8.1.1 Géneros</u></b> .....	100
<b><u>1.6.8.1.2 Temas</u></b> .....	100
<b><u>1.6.8.2 Política de calidad</u></b> .....	102
<b><u>1.6.8.3 Normas de publicación generales</u></b> .....	103
<b><u>1.6.8.3.1 Estructura de la publicación</u></b> .....	104
<b><u>1.6.8.4 Normas de estilo para texto</u></b> .....	104
<b><u>1.6.8.4.1 Todo trabajo debe presentar</u></b> .....	104
<b><u>1.6.8.4.2 Epígrafes</u></b> .....	105
<b><u>1.6.8.4.3 Uso de imágenes</u></b> .....	105
<b><u>1.6.8.4.4 Citas</u></b> .....	105
<b><u>1.6.8.4.5 Notas de pie de página</u></b> .....	106
<b><u>1.6.8.4.6 Bibliografía</u></b> .....	106
<b><u>1.6.8.5 Normas de publicación para Audio</u></b> .....	106
<b><u>1.6.8.6 Normas de publicación para video</u></b> .....	107
<b><u>1.6.8.7 Normas de publicación para fotografías</u></b> .....	107
<b><u>1.6.9 Dirección a los que se debe enviar la información</u></b> .....	108
<b><u>1.6.10 Recepción y publicación de la información</u></b> .....	108
<b><u>1.6.11 Ficha de autorización que se debe enviar con el archivo</u></b> .....	108
<b><u>1.7 Creación de la revista Académica Arkhé</u></b> .....	109
<b><u>1.7.1 Características e importancia de una revista académica</u></b> .....	109
<b><u>1.7.2 Creación de la línea editorial de la Revista Académica Arkhé basada en Latindex</u></b> .....	113
<b><u>1.7.2.1 Características básicas</u></b> .....	113
<b><u>1.7.2.1.1 Mención del cuerpo editorial</u></b> .....	113
<b><u>1.7.2.1.2 Roles de los responsables de la revista</u></b> .....	113
<b><u>1.7.2.1.3 Contenido</u></b> .....	115
<b><u>1.7.2.1.4 Generación continua de contenidos</u></b> .....	116
<b><u>1.7.2.1.5 Identificación de los autores</u></b> .....	116
<b><u>1.7.2.1.6 Entidad editora</u></b> .....	116
<b><u>1.7.2.1.7 Mención del director</u></b> .....	116
<b><u>1.7.2.1.8 Mención de URL de la revista</u></b> .....	117



<b><u>1.7.2.1.9 Mención de la dirección de la revista</u></b> .....	117
<b><u>1.7.2.2 Características de presentación de la revista</u></b> .....	117
<b><u>1.7.2.2.1 Navegación y funcionalidad</u></b> .....	117
<b><u>1.7.2.2.2 Mención de periodicidad</u></b> .....	117
<b><u>1.7.2.2.3 Acceso a los contenidos</u></b> .....	118
<b><u>1.7.2.2.4 Acceso histórico al contenido</u></b> .....	118
<b><u>1.7.2.2.5 Membrete bibliográfico al inicio del artículo</u></b> .....	118
<b><u>1.7.2.2.6 Miembros del consejo editorial</u></b> .....	118
<b><u>1.7.2.2.7 Afiliación institucional de los miembros del consejo editorial</u></b> .....	119
<b><u>1.7.2.2.8 Afiliación de los autores</u></b> .....	119
<b><u>1.7.2.2.9 Recepción y aceptación de originales</u></b> .....	119
<b><u>1.7.2.3 Características de gestión y política editorial</u></b> .....	119
<b><u>1.7.2.3.1 ISSN</u></b> .....	119
<b><u>1.7.2.3.2 Definición de la revista</u></b> .....	120
<b><u>1.7.2.3.3 Sistema de arbitraje</u></b> .....	120
<b><u>1.7.2.3.4 Evaluadores externos</u></b> .....	121
<b><u>1.7.2.3.5 Autores externos</u></b> .....	121
<b><u>1.7.2.3.6 Apertura editorial</u></b> .....	121
<b><u>1.7.2.3.7 Servicios de información</u></b> .....	121
<b><u>1.7.2.3.8 Cumplimiento de la periodicidad</u></b> .....	122
<b><u>1.7.2.3.9 Contenido original</u></b> .....	122
<b><u>1.7.2.4 Instrucciones a los autores</u></b> .....	122
<b><u>1.7.2.4.1 Normas de publicación</u></b> .....	122
<b><u>1.7.2.4.1.1 Normas generales</u></b> .....	122
<b><u>1.7.2.4.2 Normas de estilo para texto</u></b> .....	123
<b><u>1.7.2.4.2.1 Estructura del artículo</u></b> .....	123
<b><u>1.7.2.4.2.2 Redacción</u></b> .....	124
<b><u>1.7.2.4.2.3 Uso de imágenes</u></b> .....	125
<b><u>1.7.2.4.2.4 Epígrafes</u></b> .....	125
<b><u>1.7.2.4.2.5 Citas</u></b> .....	125
<b><u>1.7.2.4.2.6 Notas de pie de página</u></b> .....	125
<b><u>1.7.2.4.2.7 Bibliografía</u></b> .....	126
<b><u>1.7.2.5 Política de calidad</u></b> .....	126
<b><u>1.7.2.5.1 Exigencia de originalidad</u></b> .....	126



<b><u>1.7.2.5.2 Resumen</u></b> .....	127
<b><u>1.7.2.5.3 Resumen en dos idiomas</u></b> .....	128
<b><u>1.7.2.5.4 Palabras clave</u></b> .....	128
<b><u>1.7.2.5.5 Palabras clave en dos idiomas</u></b> .....	128
<b><u>1.7.2.5.6 Metaetiquetas</u></b> .....	128
<b><u>1.7.2.5.7 Buscadores</u></b> .....	128
<b><u>1.7.2.5.8 Servicios de valor añadido</u></b> .....	129
<b><u>1.7.2.6 Recepción de la información sistema OJS</u></b> .....	129
<b><u>CAPÍTULO IV</u></b> .....	134
<b><u>1 Presentación de la propuesta</u></b> .....	135
<b><u>1.1 Creación de la plataforma Web para la revista Arkhé</u></b> .....	135
<b><u>1.1.1 Obtención del URL de la página y acceso a la plataforma Web</u></b> .....	135
<b><u>1.1.2 Diseño del espacio Web</u></b> .....	135
<b><u>1.1.2.1 Estructura y características de los elementos estéticos de la plataforma</u></b> .....	136
<b><u>1.1.2.1.1 Imagotipo</u></b> .....	136
<b><u>1.1.2.1.1.1 Logotipo</u></b> .....	137
<b><u>1.1.2.1.1.2 Isotipo</u></b> .....	138
<b><u>1.1.2.1.1.2.1 Corona externa</u></b> .....	138
<b><u>1.1.2.1.1.2.2 Corona interna</u></b> .....	138
<b><u>1.1.2.1.1.2.3 Puntos seguidos</u></b> .....	139
<b><u>1.1.2.1.1.2.4 Rombo y letra Alef</u></b> .....	139
<b><u>1.1.2.1.2 Colores</u></b> .....	141
<b><u>1.1.2.1.2.1 Composición de los colores y significado</u></b> .....	144
<b><u>1.1.2.1.2.1.1 Verde Cian</u></b> .....	144
<b><u>1.1.2.1.2.1.2 Celeste</u></b> .....	145
<b><u>1.1.2.1.2.1.3 Cian</u></b> .....	145
<b><u>1.1.2.1.2.1.4 Azul oscuro</u></b> .....	146
<b><u>1.1.2.1.2.1.5 Blanco</u></b> .....	147
<b><u>1.1.2.2 Estructura y características de los elementos funcionales de la plataforma</u></b> .....	148
<b><u>1.1.2.2.1 Dinámica visual – usabilidad</u></b> .....	148
<b><u>1.1.2.2.2 Elementos para la realización de la página web Arkhé</u></b> .....	149
<b><u>1.1.2.2.2.1 Diseño y plantilla de la plataforma</u></b> .....	149
<b><u>1.1.2.2.2.2 Características de la plantilla</u></b> .....	150



<b><u>1.1.2.2.3 Estructura de la página Arkhé</u></b> .....	<b>155</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1 Página principal</u></b> .....	<b>155</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.1 Fondo de video</u></b> .....	<b>156</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.2 Pestaña “Inicio”</u></b> .....	<b>157</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.3 Pestaña “Normas”</u></b> .....	<b>157</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.4 Pestaña “Autores”</u></b> .....	<b>158</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.5 Pestaña “Proyecto”</u></b> .....	<b>159</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.6 Pestaña “Contactos”</u></b> .....	<b>160</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.7 Pestaña “Revistas”</u></b> .....	<b>160</b>
<b><u>1.1.2.2.3.1.8 Pestaña “Repositorio”</u></b> .....	<b>161</b>
<b><u>1.1.2.2.3.2 Pie de página</u></b> .....	<b>162</b>
<b><u>1.1.2.2.3.3 Aplicación móvil</u></b> .....	<b>163</b>
<b><u>1.1.2.2.3.4 Cuentas y repositorios de la plataforma</u></b> .....	<b>164</b>
<b><u>1.2 Miras de indexación de la revista Arkhé Académica a Latindex</u></b> .....	<b>165</b>
<b><u>1.2.1 Pasos para postular una revista al índice de Latindex</u></b> .....	<b>169</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>171</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>172</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>173</b>
<b>ANEXO 1: Modelos de Encuestas</b> .....	<b>174</b>
<b>ANEXO 2: Modelo se entrevista de profundidad</b> .....	<b>176</b>
<b>ANEXO 3: Registro fotográfico de la aplicación de encuestas</b> .....	<b>177</b>
<b>ANEXO 4: Registro fotográfico de las entrevistas</b> .....	<b>178</b>
<b>ANEXO 5: Tabulación de encuestas por estratos</b> .....	<b>179</b>
<b>ANEXO 6: Resultados generales de las encuestas. Todos los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social</b> .....	<b>218</b>
<b>ANEXO 7: Pasos para crear una revista electrónica según Latindex</b> .....	<b>227</b>
<b>ANEXO 8: Requisitos para solicitar un ISSN</b> .....	<b>232</b>
<b>ANEXO 9: Pasos para postular una revista a Latindex</b> .....	<b>238</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>241</b>



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Fundada en 1867

Yo, Gabriela del Cisne Rojas Pullaguari, autora del proyecto de tesis "CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL PARA LA REALIZACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL DE CARÁCTER ACADÉMICO-ESTUDIANTIL (ARKHÉ)". Certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en el presente proyecto son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 31 de Marzo de 2016

Gabriela del Cisne Rojas Pullaguari  
C. I: 0104834791



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
SECRETARÍA



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Fundada en 1867

Yo, Gabriela del Cisne Rojas Pullaguari, autora del proyecto de tesis "CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL PARA LA REALIZACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL DE CARÁCTER ACADÉMICO-ESTUDIANTIL (ARKHÉ)". Reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicaría afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, 31 de Marzo de 2016

Gabriela del Cisne Rojas Pullaguari

C. I: 0104834791



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
SECRETARÍA



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Fundada en 1867

Yo, Henry Vinicio Gutama Rocano, autor del proyecto de tesis "CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL PARA LA REALIZACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL DE CARÁCTER ACADÉMICO-ESTUDIANTIL (ARKHÉ)". Certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en el presente proyecto son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 31 de Marzo de 2016

Henry Vinicio Gutama Rocano  
C. I: 0105996284



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
SECRETARIA



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Fundada en 1867

Yo, Henry Vinicio Gutama Rocano, autor del proyecto de tesis "CREACIÓN Y DISEÑO DE LA PLATAFORMA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL PARA LA REALIZACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL DE CARÁCTER ACADÉMICO-ESTUDIANTIL (ARKHÉ)". Reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicaría afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 31 de Marzo de 2016

Henry Vinicio Gutama Rocano

C. I: 0105996284



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
SECRETARÍA



## **AGRADECIMIENTO**

Al ver cumplida esta etapa de mi vida, siento una profunda felicidad. Quiero agradecer principalmente a Dios por permitirme vivir momentos tan importantes como estos. De igual manera quiero agradecer a mi esposo, Juan Pablo, por su apoyo incondicional en la conquista de cada uno de mis sueños. A la familia Carrión Polo, por su ayuda para llegar a esta meta. A mi compañero, Henry Gutama, por el trabajo y esfuerzo invertido en la elaboración de este proyecto. A mi tutor de tesis, Máster Wilson Gárate; por el tiempo, el apoyo, la paciencia y la amistad brindada a lo largo de este periodo. Finalmente extendo mi agradecimiento a los estudiantes y profesores de la carrera de Comunicación Social como también a los docentes y personal de la Universidad de Cuenca, por su colaboración en la obtención de información, la cual fue significativa para el presente trabajo de graduación.

A cada una de las personas quienes me ayudaron, de una u otra manera, a llegar hasta aquí; gracias infinitas.

**GABRIELA ROJAS**



## **AGRADECIMIENTO**

### **A mi familia.**

Que son el respaldo sustancial para alcanzar mis metas.

### **Al amor.**

Por permitirme conocer a la chica de los ojos brillantes; ella.

### **A mis amigos.**

Que están pendientes de mí, y me dedican de su tiempo y esfuerzos. En especial a Gabriela Rojas por ser paciente conmigo y por su excelente trabajo.

¡Lo logramos!

### **A los estudiantes y profesores.**

Que apoyaron al proyecto. De sobre manera a Máster Wilson Gárate por su guía y amistad.

### **Pero sobre todo, a Jehová Dios.**

Por dejarme conocerlos y estimarlos a todos ellos; por las posibilidades y oportunidades de vivir, amar, ser consciente y libre.

**HENRY GUTAMA**



## DEDICATORIA

A mis amados hijos, Sebastián y Santiago.

Mis pequeños maestros de vida, mi motivo de superación y el motor de mi  
felicidad.

A mi amado Juan Pablo, mi amigo, compañero y esposo.

La fuente de amor con la que Dios me bendijo y de la cual puedo beber todos  
los días.

A mi querida abuela, Zoila.

Mi ejemplo de fe y entrega desinteresada.

A mi madre y hermanos.

Con todo mi amor, este logro es para ustedes.

**GABRIELA ROJAS**



## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia.

A mis padres: por permitirme la vida hace 24 años; por preocuparse de mi enseñanza secular y espiritual; por complementar sus cuidados con la disciplina y entenderme con el amor.

A mis hermanos: por estar conmigo en cada parte de este proceso; por los buenos ánimos, por ser un ejemplo, por sus abrazos, lágrimas y risas.

A ellos este trabajo; por haber hecho de mí un hijo y “faik” feliz.

**HENRY GUTAMA**



## INTRODUCCIÓN

Las universidades son generadoras de información por excelencia, debido a todo el material que ellas se producen ya sea por docentes, investigadores o estudiantes. Por esta razón, las instituciones universitarias, tienen mucho que dar a conocer tanto en el ámbito académico como el estudiantil. Toda la información producida -investigaciones, ensayos, reportajes, poemas, documentales, fotografías, artículos, ponencias, reseñas de libros y demás material similar- generalmente es presentada en revistas universitarias, impresas o digitales y electrónicas. Las revistas son los medios más utilizados por las universidades, pues éstas al contrario de los diarios brindan más tiempo al autor para realizar sus trabajos, debido a la periodicidad con las que son publicadas. Sin embargo, en la actualidad las revistas digitales tienen mayor acogida que las impresas por el sin número de ventajas que presentan.

El presente proyecto, consiste en crear una plataforma web y aplicación móvil para la elaboración de la revista digital de carácter académico-estudiantil, Arkhé. En cuanto a la creación de la plataforma web y aplicación móvil, no hacemos referencia a procesos técnicos, sino nos referimos exclusivamente al diseño de una plataforma web; es decir, crear la identidad de la revista, su logotipo, imagen, colores, su nombre, la estructura de la página y la funcionalidad de la misma.

En cuanto a la realización de la revista de carácter académico y estudiantil, hacemos referencia a la creación de bases sólidas en los dos ámbitos mencionados, pues consideramos que ninguna revista puede ser publicada sin antes haber sido elaborada su línea editorial, su política de calidad, normas de estilo y normas de publicación. Únicamente cuando una revista tiene claro cada uno de estos parámetros es posible que pueda publicarse en ella, por ello el proyecto Arkhé es un espacio con bases concretas tanto en el área académica como en el área estudiantil. Por lo tanto, profesores y estudiantes cuentan, por primera vez, con un medio propio en la Carrera de Comunicación Social, para



la futura publicación de sus trabajos, investigaciones, proyectos y demás material que aporte con conocimientos.

En las diferentes facultades la Universidad de Cuenca existen varias revistas digitales, de las cuales catorce son de carácter netamente académico o científico, mientras que hay un escaso número de revistas estudiantiles. Por tal razón, es importante señalar que Arkhé es un proyecto integral, pues pretende reunir a profesores, estudiantes y demás personas que deseen escribir para la revista, lo cual hará de este medio de comunicación un proyecto diferente e innovador. El único requisito para quienes deseen publicar, es la motivación y el cumplimiento de las normas establecidas por la revista.

El presente proyecto ha sido elaborado en cuatro etapas o capítulos. En el primer capítulo se presentan los principales conceptos sobre los que hemos trabajado como: la internet: sus inicios, desarrollo, importancia e influencia en la actualidad; el ciberespacio; el discurso digital: hipertexto, hipermedia, multimedia, transmedia e interactividad; revistas digitales y electrónicas; definición de revistas estudiantiles y académicas; antecedentes de las revistas universitarias digitales; ventajas de las revistas digitales; revistas digitales de la Universidad de Cuenca.

En el segundo capítulo presentamos resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Carrera de Comunicación social, y los resultados de las entrevistas realizadas a docentes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca. Con los datos obtenidos se pudo conocer si para ellos, era o no importante crear un espacio propio para la publicación de trabajos e investigaciones, que se dan principalmente en la universidad. De igual manera exponemos datos que reflejan sus preferencias, peticiones y sugerencias para la revista: información trascendental para la elaboración del capítulo tres. Para una mejor lectura mostramos primero los resultados cuantitativos, obtenidos por medio de las encuestas y posteriormente los cualitativos, obtenidos en las entrevistas.



En el tercer capítulo se elaboró la revista; es decir, se crearon las bases de la revista Arkhé, tanto en el ámbito estudiantil como académico. En este capítulo, mostramos datos importantes sobre la revista como: origen del nombre Arkhé, significado e importancia; creación de la línea editorial; creación del Consejo Editorial de la revista y sus roles; creación de las políticas de calidad, normas de estilo y de publicación que deben seguir los autores que deseen publicar en el futuro, en cualquiera de los ámbitos. Es importante recordar que una revista no puede existir sin sus bases y por lo tanto no puede haber publicación sin una elaboración conceptual de la misma.

En el cuarto y último capítulo exponemos la propuesta del proyecto, la parte práctica. En esta sección mostramos cómo fue creada la plataforma en donde estudiantes y profesores universitarios, podrán publicar sus trabajos o artículos académicos. Al hablar de la creación del espacio o plataforma, nos referimos al diseño visual, funcional y estructura de la misma. Aquí mostramos cómo y en base a qué seleccionamos la imagen, los colores, el tipo de letra, el logotipo y demás elementos visuales que identifican a Arkhé. Asimismo, en este capítulo enseñamos la plantilla que escogimos para la página de la revista, sus secciones y la estructura; es decir, la parte funcional, la cual es bastante dinámica y atractiva para el lector, además de accesible, gracias a la aplicación móvil.

La revista digital académica y estudiantil, Arkhé, es un proyecto que no ha existido sino hasta ahora, y que consideramos imprescindible para motivar a escribir a docentes, investigadores y estudiantes, quienes a su vez serán una fuente de consulta para otras personas.

Bienvenidas y bienvenidos



# CAPÍTULO I



## CAPÍTULO I

### 1 Aproximación conceptual

#### 1.1 La Internet

En la actualidad, la Internet es parte fundamental de nuestra vida. En el trabajo, en la universidad, en la escuela, en la casa e inclusive en la calle, estamos conectados a la red. La necesidad de estar siempre en contacto con más personas, de conocer lo que acontece en nuestro entorno y en el mundo, de obtener información con un solo clic, de estar constantemente actualizados y de rebasar fronteras de espacio y tiempo, son factores que han llevado a considerar a la Internet como parte vital de la sociedad, pues la usamos para todo. Es así que el sociólogo y escritor Manuel Castells en su texto *La Internet y la sociedad red*, señala que la Internet es mucho más que una tecnología, es un medio de comunicación, de interacción y organización social. En efecto, hoy en día las personas tienen nuevas maneras de informar e informarse, en especial los jóvenes quienes con menos frecuencia acuden a libros o periódicos impresos, sino a medios electrónicos o digitales, por la facilidad de acceso y la comodidad. De igual manera, el hecho de poder ir de un texto a otro de forma inmediata, de no seguir una lectura lineal, de pasar de un texto a un video o una fotografía, de poder hablar con más personas en tiempo real, de la posibilidad de feedback o retroalimentación, entre otras posibilidades que existe de interactuar en la web, es lo que ha hecho y hace que la Internet tenga la importancia que hoy tiene en nuestra sociedad.

En cuanto a los medios de comunicación, la Internet también ha influido notoriamente en su transformación. Los periodistas, comunicadores, investigadores, entre otras personas que publicaban en periódicos, revistas, radio y televisión han tenido, en los últimos años, que adaptarse y cambiar la manera habitual de presentar y dar a conocer la información, pues ellos deben estar a la par con la tecnología para poder incidir en la sociedad. La periodista Bella Palomo, en su texto *Periodista 3.0. De plumillas a activos ciudadanos digitales*, señala que “la masiva migración digital de los medios de



comunicación convencionales y la actitud cada vez más activa de los ciudadanos ha despertado un interés personal del periodista por la herramienta Internet, y en los últimos tiempos está contribuyendo a desarrollar la sociedad de la información” (Palomo, 2003:1). Sin duda alguna, este fenómeno es algo notorio en nuestra sociedad, ya que todos los medios de comunicación cuentan con una versión electrónica, en donde su lenguaje digital es lo que lo hace visiblemente diferente del medio impreso o analógico. Este lenguaje digital; es decir, el uso del hipertexto, de recursos multimedia o hipermedia, la interactividad, entre otros, es uno de los factores más importantes para que se haya dado la migración hacia lo digital.

### 1.1.1 Origen de la Internet

La Internet es un conjunto de redes interconectadas cuyas funciones crean una sola red de alcance mundial, la cual no está limitada por espacios geográficos, tiempo, cultura, entre otros. La escritora y analista digital Neus Arqués i Salvador, en su texto *Aprender comunicación Digital*, señala que esta única red de comunicación se originó en el año de 1969, cuando se realizó la primera conexión de computadoras, conocida como ARPAnet<sup>1</sup>, en donde participaba el Departamento de Defensa y cuatro universidades estadounidenses (UCLA, UCSB, Standford y Utah). Esta red precursora de Internet tuvo gran acogida, tanto así que dos años después eran veintitrés las universidades participantes. Otro de los grandes precursores de la Internet fue la invención del correo electrónico en el año 1971 realizado RayTomlison. Los científicos de ARPAnet que compartían un mismo ordenador se dejaban mensajes en un buzón, Tomlison al ver esto creó una aplicación para que ellos se puedan enviar mensajes a un mismo buzón pero desde otro ordenador, siempre que compartan la misma red. Según Neus Arqués, el primer mensaje que envió Tomlison fue a través de dos computadoras situadas en una misma habitación y conectadas a ARPAnet, el cual decía “QWERTYUIOP”. Tomlison inventó

<sup>1</sup> “Uno de los primeros encargos que ARPAnet recibió fue diseñar una red de comunicaciones que pudiera resistir un ataque de envergadura. La amenaza dibujaba un escenario en el que el ataque aislaría a distintas zonas de E.E.U.U que no podrían comunicarse entre sí. Los científicos de ARPA fragmentaron los mensajes en <<paquetes>> que se transmitían de manera independiente para dificultar el espionaje de terceros. Es así como nació ARPAnet.” Leer más en Neus Arques i Salvador 20.



también el signo de @ para identificar el origen de los mensajes. Es así como surgió el primer e-mail y con él, la Internet.

El éxito del correo electrónico fue tal que en dos años los e-mails suponían ya el 75% del tráfico que circulaba por ARPAnet. El número de ordenadores conectados no paraba de crecer. Para posibilitar que distintas redes de ordenadores pudieran conectarse entre (inter) sí y comunicarse, los científicos VintonCerf y Bob Kahn desarrollaron el protocolo TCP/IP (1973) y acuñaron el término << Internet >>. (NeusArqués, 2006: 21)

No obstante, la Internet que hoy en día las personas conocemos surgió en 1994 a partir de la existencia de un browser, del world wide web, el cual no explicaremos a fondo ni en detalle, pues a cerca de este tema existe mucha información. Lo único que se debe tener claro es que la Internet trata de una red de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos.

El uso de la Internet ha ido creciendo constantemente y tomando fuerza, tanto que en la actualidad se ha convertido en uno de los medios más utilizados. Esto se puede evidenciar día a día en nuestra sociedad, pues ahora son más las personas que se mantienen conectadas a la red, no sólo mediante ordenadores sino también por medio de teléfonos celulares, tableros electrónicos y otros dispositivos tecnológicos.

Este inmenso avance de la tecnología permite que las personas puedan obtener vídeos, fotografías y demás información de todo el mundo con un solo clic, sin importar la hora ni el lugar. Por ello, el escritor Manuel Castells sostiene que "Internet es el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa la nueva forma de sociedad en que vivimos, que es la 'sociedad red', sociedad cuya estructura está construida en torno a redes de información". Esta sociedad red o evolución tecnológica en la que habitamos trae consigo cambios sociales, culturales, pero sobre todo transformaciones en la manera de comunicar e informarnos. Es así que la Internet ha pasado a considerarse como un medio de comunicación y de socialización prioritario.



Además, cabe recalcar que la Internet es una herramienta sumamente influyente en nuestros días, pues se ha convertido en la principal fuente de información, ya que las personas pueden encontrar todo tipo de material en ella. Sin embargo, importante saber cómo buscar, cómo procesar la información y cómo transformarla en conocimiento.

Otra característica importante por la que la Internet es tan utilizada, es por la interactividad que se puede dar en ella. Los usuarios encuentran espacios que les permiten la retroalimentación o feedback, allí ellos pueden emitir comentarios en tiempo real sobre lo visto o leído, con posibilidad a ser respondidos. Esto y la facilidad que existe para conectarse a la red, hace que las personas la utilicen con mayor frecuencia, logrando así que actuales generaciones se desenvuelvan en una era mediática y electrónica de la que los medios de comunicación no pueden quedarse atrás.

Gracias a la Internet, los medios de comunicación pueden difundir información de manera diferente a los medios tradicionales, pues estos ya no se encuentran en papel, en televisión o en radio sino en el ciberespacio. Al estar en el ciberespacio el proceso de comunicación se vuelve más dinámico, lo cual brinda un gran aporte a la sed de información y contextualización del lector, además que tiene mayor cobertura y trascendencia.

### **1.1.2 El Nuevo Medio: Ciberespacio**

Desde el surgimiento de la Internet se ha dado paso a grandes cambios, no sólo sociales sino también comunicacionales. Las personas que se conectan a la red, mediante cualquier dispositivo tecnológico, ya sea una computadora, un celular o una tableta electrónica, inmediatamente accede al espacio virtual o ciberespacio. En este espacio virtual se encuentran todos los recursos de información y comunicación que existen en la red. Según Joaquín M<sup>a</sup> Aguirre Romero, catedrático de la universidad Complutense de Madrid en su texto *Ciberespacio y comunicación: nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI* señala que el ciberespacio surge directamente de la relación entre las personas “espacio relacional”. Es así que dos individuos pueden interactuar



superando las barreras de espacio y tiempo, de tal manera que una misma información puede ser leída en cualquier parte del mundo y a cualquier hora. Y añade que la realidad de ciberespacio “se construye a través del intercambio de información; es decir, es espacio y es medio. Una red sin interacción entre sus miembros deja de ser una red; la red existe porque existen relaciones entre sus integrantes”. (Aguirre, 2004:1). Por lo tanto, el ciberespacio no es solamente una gran base de datos de información a la que pueden acceder cuando se requiere sino es un espacio real de interacción para las personas.

Lucia Santaella, doctora en ciencias de la comunicación y profesora en la Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, define el ciberespacio como “todo aquel espacio informativo multidimensional que, dependiente de la interacción del usuario, permite a éste el acceso, la manipulación, la transformación y el intercambio de sus flujos codificados de información (...), espacio que se abre cuando el usuario se conecta a la red (...) hecho de circuitos informativos navegables” (Santaella citado por Díaz, 2008:56). En consecuencia, el ciberespacio permite a los usuarios una nueva manera de interactuar con la información, la misma que es presentada de una manera muy diferente a los medios de comunicación analógicos o tradicionales.

Javier Díaz Noci, Profesor de Periodismo de la Universidad del País Vasco, en su texto *Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital*, señala que el medio digital tiene algunas características generales según Lev Manovich. A continuación citaremos cinco características que presenta toda información presentada por un medio digital y que se encuentra en el ciberespacio según este autor.

La representación numérica, o digitalización, que vuelve a los nuevos medios programables. Se trata de la característica que con más precaución aborda Lev Manovich, por considerarlo ambiguo ya que, en su opinión, se trata de un término global para designar tres conceptos sin relación entre sí: la conversión de lo analógico a lo digital (la digitalización propiamente dicha); la existencia de un código de representación común; y la representación numérica.



La modularidad, o “estructura fractal de medios”. Es decir, los medios están compuestos por muestras discretas, con un fuerte énfasis en la estructura.

La variabilidad, o sea, la posibilidad de que el mensaje no esté fijado de una vez por todas, sino que pueda ser presentado y recuperado en diferentes versiones. La variabilidad permite también la personalización y la actualización de los contenidos. Asimismo hace posible presentar versiones diferentes del mismo objeto mediático con diversos niveles de detalle.

La automatización de muchas operaciones de creación, manipulación y acceso a la información. La arquitectura de la información, y en última instancia, las investigaciones en inteligencia artificial, son resultado de estos procesos.

La transcodificación, lo que implica un cambio a, junto las estructuras y convenciones tradicionalmente establecidas por los humanos, otras estructuras propias de la organización de los datos por el ordenador. (Lev Manovich citado por Díaz, 2008: 55)

El ciberperiodismo es la actividad profesional de conseguir y brindar información de actualidad mediante medios informáticos o medios digitales, para luego ofrecerla en el ciberespacio. No obstante, en el ciberespacio se encuentra una gran variedad de información, la cual es generada no sólo por periodistas sino por varias personas que quieren interactuar o compartir con el resto del mundo y para ello deben manejar un lenguaje común, el cual es el discurso o lenguaje digital.

El lenguaje digital en principio hace referencia a tres conceptos importantes: hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

## **1.2 El discurso o lenguaje digital**

El lenguaje digital es la utilización del hipertexto o enlaces con otros textos, para conseguir una lectura no lineal; Es utilizar recursos multimedia. Es decir múltiples medios ya sean imágenes fijas o en movimiento, videos, audios, textos, entre otros, que permitan una información más amplia; También hace



referencia a la interactividad como la intervención del lector, es decir que puede emitir sus comentarios. Estas tres características son las que según varios autores definen el lenguaje digital y que a continuación ampliaremos para una mejor comprensión de los conceptos que utilizaremos en la elaboración de este proyecto.

### 1.2.1 El hipertexto o hipertextualidad

Las nuevas maneras de comunicarse en esta “sociedad red” son cada vez más parecidas al pensamiento humano, no lineal. Esto se debe al hipertexto, es decir enlaces que nos permiten acceder a otros textos para obtener información de acuerdo a nuestros intereses.

Ningún texto se lee independientemente de la experiencia que el lector tiene de otros textos. Es así que una palabra evoca a otra palabra, un texto a otro, una imagen a otra, ya sea de manera consciente o inconsciente, directa o indirecta. El hipertexto, por lo tanto, cumple esta función de llevarnos a otros pensamientos, a otros textos, sean anteriores o nuevos, los cuales pueden ser palabras, imágenes, gráficos o documentos complejos que necesitan ser explicados y que a su vez pueden tener otros hipertextos.

La escritora Fany Fernández, en su libro *La Aventura Textual. De la lengua a los nuevos lenguajes*, señala que un Hipertexto es un conjunto de textos conectados por lazos en donde los elementos de la información no están unidos de manera lineal sino que cada uno extiende sus brazos en forma de estrella como si fuese una red.

No se trata de un texto sino de un sistema de textos superpuestos, que se pueden leer indistintamente, como alternativas virtuales de la misma escritura; o en forma lineal, como textos que corren paralelamente o que se tocan en determinados puntos, permitiendo optar entre proseguir en el mismo eje o tomar por un camino nuevo. Esta característica es la que posibilita una lectura no secuencial del texto (...) Navegar en un hipertexto



es entonces dibujar un recorrido en una red tan complicada como sea posible, dado que cada uno puede contener a su vez toda una red. (Fernández, 2003:42)

El hipertexto por lo tanto vuelve más dinámica la lectura, la hace interactiva, abierta y multidireccional. No hay una sola historia o texto como tampoco hay un solo final, esto dependerá de cada lector y de sus intereses. La información que obtenga dependerá de los lugares por dónde haya decidido navegar, lo cual lo hará que se aproxime cada vez más al pensamiento del autor.

El hipertexto y la manera dinámica de leer que propone el mismo, no es algo nuevo, pues según Neus Arqués i Salvador, la primera definición de este término se debe Ted Nelson, quien en la década de los sesenta, en su obra *Literary Machines*, lo definió así:

Con 'hipertexto' me refiero a una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario (...) Hipertexto es una combinación de textos en lenguaje natural y la capacidad del ordenador de exposición dinámica de un texto no lineal. (Neus Arqués, 2006:20)

Con la aparición del hipertexto y su utilización cada vez más frecuente, hoy ha surgido una nueva forma de leer. Ya nada es lineal, único y sin contexto, todo tiene un origen, un antes y un después. El hipertexto nos permite ir más allá de lo que tenemos frente a nuestra pantalla, nos permite adentrarnos a otros mundos, otros pensamientos que están conectados a un texto central, pero que nos aportan mucho más sobre el mismo y lo complementa. El lector se vuelve más activo y con cada clic que hace, define su ruta de investigación, ampliando así sus conocimientos. Como señala, Raquel Garzón, en su publicación *Textos electrónicos: otro modo de leer*, los hipertextos “comenzaron siendo una rareza. Ahora son una alternativa a la lectura de textos de los más diversos. No reemplazan al libro: lo complementan y ofrecen búsquedas rápidas de la información” (Garzón citada por Fernández, 2003:150).



La rapidez para obtener mayor información sobre un tema, es otra de las grandes ventajas que tienen los hipertextos. Pues la facilidad de acceder a nuevos textos a través de un enlace, es lo que vuelve más importante la utilización del hipervínculo o link, ya que esta lectura hipertextual ha generado nuevos modelos de relatos según el doctor Juan Pablo Pons, catedrático de tecnología educativa de la Universidad de Sevilla, en su artículo *Las tecnologías de la comunicación y de la información: como punto de vista educativo*, señala tres tipos de relatos:

- a) El relato virtual: son las opciones o alternativas- por las cuales podemos optar, en la fase de desarrollo o final.
- b) El relato actualizado: es el resultado de la competencia narrativa y toma forma según la ruta que el lector siga de entre todas las alternativas.
- c) El relato realizado: es el único verdadero. Es la consecuencia del conjunto de opciones que el usuario ha elegido durante su lectura-navegación hasta llegar al desenlace. (Pons citado por Fernández, 2003:150)

En conclusión, el hipertexto es una de las herramientas más importantes de la lectura y la escritura digital de nuestro tiempo, pues sin él no existe referencialidad, ampliación del tema, explicación del contenido y demás necesidades que hoy en día tiene todo lector. Además el escritor ya no debe hacer un solo texto, amplio y cansado, pues gracias a los hipertextos puede acortarlo, pero al mismo tiempo brindar al lector la opción de ampliar temas donde crea necesario. En definitiva, esta manera de presentar la información es lo que diferencia a un medio tradicional de un medio digital, pues gracias al hipertexto podemos acceder a otro tipo de información e ir ampliando nuestro conocimiento según nuestros intereses.

### 1.2.2 Multimedia

En la web no sólo se puede pasar de un texto a otro sino también se puede acceder a fotos, imágenes, audios, videos y animaciones, los cuales



complementan un texto, a esto se le llama multimedia. A continuación citaremos algunas definiciones del término multimedia encontrada en diferentes textos y sitios web:

La Real Academia de Lengua española señala que multimedia proviene del inglés Multimedia y significa “que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información”.

El diccionario de Larousse señala que proviene del latín, multimedios. Se aplica al elemento o equipo informático que reúne diversos medios como audio, video o televisión, interaccionados.

“Se aplica a los trabajos artísticos que mezclan distintos medios, pero se utilizan generalmente como forma abreviada de multimedia interactivos” (Mora, 2009:512).

Según Isidro Moreno, profesor de ciencias de la información en la Universidad Complutense de Madrid, citado por Jorge Mora, doctor en comunicación de la misma universidad, en su obra *La Interfaz hipermedia: el paradigma de la comunicación Interactiva*, señala que multimedia interactivo es el resultado del desarrollo del vídeo interactivo en 1980 y se refiere, al principio, al videodisco y al CD-ROM basados en programas que combinan elementos gráficos, animación, vídeo, fotografía, música y audio gracias al *software*. (Mora, 2009:512)

### 1.2.3 Hipermedia

De la unión del hipertexto y multimedia nace el termino hipermedia, el cual ha sido más utilizado en los últimos años. Según el escritor María Jesús Lamarca, en su obra ‘Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen’ define a hipermedia como “la síntesis de hipertexto multimedial, que comparte usos y características tanto del hipertexto como del multimedia, más



una serie de características que le son propias. La hipermedia nos permite comunicar de manera más efectiva, ya que al ser relacional puede parecernos más cercana a nuestro modo habitual de expresión y pensamiento”.

Por su parte el profesor Isidro Moreno en su obra *Musas y nuevas tecnologías: el relato hipermedia*, define a hipermedia como:

Sistema semiótico que origina un nuevo medio de comunicación, resultante de la convergencia interactiva de las sustancias expresivas de varios media: imágenes foto-miméticas, foto infografías, cine miméticas, cine-infografías, cine-mimético-infografías, auditivas, tipográficas y extraterritoriales (fuera del dominio del monitor) multisoporte. El término hipermedia comienza a utilizarse para diferenciar a los hipertextos que incluyen texto e imagen fija de los que aportan texto, imagen fija, sonido e imagen en movimiento. Basándose en el matiz superlativo del prefijo ‘hiper’ y que la denominación multimedia interactivos es anterior a la eclosión de las redes y de la realidad virtual, se tiende a utilizar el vocablo hipermedia no solo como sinónimo de multimedia interactivo, sino para englobar en él las recientes funciones interactivas que facilitan las telecomunicaciones y la realidad virtual. (Moreno citado por Mora, 2009:508)

El término hipermedia designa todo el espectro de nuevos medios interactivos a los cuales se puede acceder a través de hipervínculos o Links y que enriquecen a cualquier texto, video, fotografía, etc.

#### **1.2.4 Transmedia**

Sin embargo existe un nuevo término que ha surgido en los últimos años: Transmedia, el cual consiste en presentar una misma información en múltiples formatos y plataformas. El investigador en comunicación, Carlos Alberto Scolari, explica que “el objetivo de un relato periodístico transmedia es informar de la mejor manera posible a los lectores. Gracias a una buena combinación de medios es posible crear sentido en un mundo donde los acuerdos entre las



diferentes plataformas de contenido son cada vez más plausibles” (Sam Ford citado por Scolari, 2013:183). Es así que la información, hoy en día se la puede presentar a través de juegos, comics, videos entre otros.

Por esta razón los medios digitales superan al medio tradicional pues en ellos se puede encontrar información rápida y contextualizada según las necesidades del lector. Tal y como lo señaló Henry Jenkins, académico estadounidense de los medios de comunicación, en su artículo *Technology Review*, en la actualidad “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (Jenkins citado por Scolari, 2013:23).

Además se debe tener en consideración lo que señala el investigador Brasileño Figueredo citado por el investigador académico mexicano Juan José Calva en su libro *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*.

Se puede decir que la mayoría de los ciudadanos comunes usan la Ley del mínimo esfuerzo para satisfacer sus necesidades de información, ya que no harán uso de la fuente o recurso de información más adecuado si éste se encuentra lejos –físicamente o geográficamente– o si es de difícil acceso. El análisis de los factores dependientes del usuario, de la unidad de información (recursos) y de las propias fuentes (documentos: libros, revistas, etcétera), podrán ayudar a la evaluación de la satisfacción de los sujetos o usuarios de cualquier sistema de información o, de forma generalizada, de cualquier sujeto que tenga necesidades de información y se encuentre en el proceso de buscar su satisfacción. (Figueredo citado por Calva, 2009:7)

En base a esta teoría se puede asumir que los usuarios buscan información fácil de digerir. Por lo tanto, el lenguaje empleado en los medios digitales, como el hipertexto, multimedia, hipermedia, transmedia responde a las necesidades de una sociedad que está en constante búsqueda de información, la misma que debe ser rápida, interactiva, entretenida, de fácil acceso y digerible.



A más del lenguaje que se utiliza en los medios digitales, en la sociedad red es importante la participación que tienen los usuarios, pues esta es una muestra de que los lectores no son pasivos frente a lo que consumen sino cada vez son más activos. Por esta razón es importante recordar lo que sostiene el investigador, Jenkins.

El periodismo transmedia puede adoptar muchas formas, desde las tradicionales cartas al editor hasta los proyectos que aprovechan la inteligencia colectiva de los lectores para resolver problemas, desde el mewsgaming y el periodismo inmerso hasta las alianzas con los llamados periodistas ciudadanos. Esto no cambia la misión tradicional del periodismo, más bien es una realización de esa misión en un mundo que espera más oportunidades para el compromiso y la participación. (Jenkins citado por Scolari, 2013:187)

Al igual que otros autores, Scolari sostiene que “los periodistas poco a poco van comprendiendo que ya no están solos: otros sujetos –semiprofesionales de la información o incluso amateurs que nunca han pisado una redacción- se han sumado a las red y también participan en los flujos informativos que cruzan el ciberespacio” (Scolari, 2013:189). Por lo tanto, el papel que hoy tienen los usuarios es sumamente importante gracias a la interactividad. Debido a esta posibilidad de interactuar, es decir, de generar respuestas o nueva información, el usuario cumple diferentes roles, ser receptor y emisor. Esta participación es lo que diferencia a los medios digitales de los medios tradicionales. Sin embargo, se debe mencionar que pese a que los usuarios cuentan hoy en día con esta posibilidad, aún no existe una participación plena en la generación de nuevos conocimientos.

Como se ha podido apreciar los medios digitales son en la actualidad una de las herramientas más útiles para la difusión de información, ya que gracias a la Internet, en tan solo unos minutos y con un solo clic las personas pueden enterarse de lo que pasa al otro lado del mundo. Todo esto se debe a que vivimos en la “sociedad red”, teoría propuesta por Castells y a la utilización del



lenguaje digital comprendido por los hipertexto, multimedia, hipermedia, transmedia y las diferentes tecnologías comunicativas, los cuales dan a conocer con mayor profundidad y de la manera más dinámica posible una determinada información.

### 1.2.5 Interactividad

Este término es sin duda uno de los más importantes en el medio digital, pues engloba todo lo que ya hemos dicho anteriormente. El lenguaje digital, por lo tanto, debe ser un discurso que permita la participación y colaboración de los usuarios en la construcción de la información. Según el profesor de periodismo Jaime Díaz, gracias a la interactividad la comunicación de masas -aquella en la que hay un solo emisor- pasa a considerarse una comunicación multilateral, en donde existen diversos emisores y usuarios quienes a su vez pueden convertirse en emisores y viceversa. De tal manera, que hoy en día el autor publica un texto o cualquier material, pero éste se complementa, modifica o actualiza por la intervención del lector. Es así que Carlos Scolari, en su libro *Hacer clic*, señala que “la narrativa hipertextual sería, por lo tanto, una propuesta realizada por entornos colaborativos que precisan de la interacción para ser materializados” (Scolari citado por Díaz, 2008:69).

Existe otro concepto de interactividad que resulta muy interesante y es el propuesto por, Alejandro Rost, quien sostiene que hay dos tipos de interactividad: la selectiva, que es aquella en la que existe una “interacción con los contenidos”; la comunicativa, en donde se da una “interacción entre individuos”; y una combinación de ambas, lo cual genera una “interacción con los contenidos y entre individuos”. Es así que define la interactividad como “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (Rost citado por Díaz, 2008:69). En consecuencia, el lector o usuario tiene mucha más participación en los



medios digitales que en los analógicos, pues tiene el poder de controlar cuándo, cómo y qué material quiere ver. De igual manera puede incidir en la información a la que accede, ya que cuenta con espacios que permiten su participación, esto gracias a la retroalimentación.

En cuanto a la participación de los usuarios y la posibilidad que éstos tienen de producir cambios dentro de un proceso comunicativo. El profesor, Jaime Díaz, en su texto *Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital*, señala que existen niveles, los mismos que han sido tomados de los autores Hanssen, Jankowski y Etienne. Estos autores distinguen tres niveles de interactividad: el más alto, entre personas y cara a cara; el segundo, entre personas y medios que ofrecen la posibilidad de recuperar contenidos y, hasta cierto punto, manipularlos; el tercero, más bajo, sólo permite recuperar información, sin ninguna oportunidad para el usuario de introducir cambios en la misma (Díaz, 2008: 70,71). Y como se puede advertir, estos tres niveles de interacción se pueden dar en el ciberespacio, ya que existen diferentes plataformas digitales, es decir espacios en donde se almacena información, que permiten una comunicación cara a cara como Skipe o Facebook; una comunicación medios y personas, cuando éstas acceden a revistas, blogs, páginas web, entre otros, que brindan un espacio a lector para que este pueda realizar cambios a un texto o sugerirlos; y también existen espacios en donde el usuario puede opinar, pero no es tomado en cuenta o bien no puede emitir comentarios.

La interactividad, por lo tanto es uno de los temas más importantes en el discurso digital, pues está presente en cada uno de sus componentes. Gracias a la interactividad el lector tiene un papel que nunca antes le fue dado, lo cual hace que el medio digital hoy sea fundamental para la producción, difusión y recolección de la información. Por esta razón los medios de comunicación, en la actualidad deben estar a la par con el avance tecnológico, pues estar fuera del ciberespacio es casi como no existir, especialmente para aquellos que recién están iniciando y no cuentan con una trayectoria o no son reconocidos.



En el caso de nuevos diarios o revistas, el hecho de hacerlas digitales o electrónicas les da un mayor alcance y les otorga grandes beneficios a comparación de un diario o revista impresa.

### **1.3 Revistas Digitales y electrónicas**

En el caso del presente proyecto, se ha decidido realizar una plataforma web para la elaboración de una revista digital, la cual estará dirigida tanto a estudiantes como a profesores e investigadores de la Universidad de Cuenca, primordialmente a los de la Carrera de Comunicación Social. La revista será de carácter académico y estudiantil. Se ha decidido realizar este proyecto por todos los beneficios que se obtiene al tener un medio en la web y por todo el material que se puede publicar en ella; gracias al lenguaje digital. Asimismo, el tiempo y el presupuesto son otros factores importantes que nos han llevado a preferir una revista en lugar de otro medio de comunicación. Los estudiantes y profesores contarán con un lapso más amplio para generar información, la cual será elaborada siguiendo normas que garanticen su calidad. Al no ser impresa, no se necesitará de un gran presupuesto para su difusión, pero logrará un alcance significativo. Ahora bien, debemos tener claros los conceptos sobre qué es una revista estudiantil, qué es una revista académica y en qué se diferencia una revista electrónica de una revista digital.

#### **1.3.1 Definiciones básicas**

##### **1.3.1.1 Revista electrónica o digital**

Si buscamos en internet la diferencia entre una revista digital y una electrónica, es posible que no encontremos un texto que nos brinde un concepto claro sobre la diferencia de estos dos términos, pues aparecen como sinónimos. Sin embargo Luís Muñoz, Analista de publicaciones de la unidad de Cultura de la Universidad de Cuenca señala que si existe una diferencia y que ésta viene dada por los principales índices de calidad de revistas académicas o científicas.



La única diferencia, según Muñoz, está en la manera en la que es presentada la revista. Una revista digital es aquella que se encuentra en la Web, pero no posee una plataforma o soporte que contenga a la revista. La revista cuenta con un URL, pero no tiene un espacio para navegar. Al hacer clic sobre el nombre de la revista, ésta aparece directamente en formato PDF, lo cual no vuelve dinámico el proceso de lectura, ni da más información sobre la misma. Por lo general cuenta con una versión impresa, este es el caso de la revista académica Anales de la Universidad de Cuenca.

La revista electrónica por su parte posee una plataforma digital, es decir, un espacio propio para almacenar la información, mediante el cual se puede poner en funcionamiento programas o aplicaciones con distintos contenidos, como pueden ser imágenes, textos, videos entre otros. Aquí, el lector puede navegar por todas las opciones y acceder a cada artículo de manera independiente, lo cual hace mucho más dinámica la lectura. Además posee una dirección web (URL), bajo un dominio propio; es decir, que está alojada bajo un servidor web de la universidad, por ejemplo la revista ESTOA de la Universidad de Cuenca.

No obstante, varios autores que hemos consultado para la elaboración de este documento se refieren a las revistas académicas electrónicas como a digitales, siendo este último el término más generalizado y que engloba a ambos conceptos. Por tal razón, nosotros también utilizaremos la palabra digital para referirnos a revistas electrónicas, como lo hace la revista universitaria digital de la UNAM.

### **1.3.1.2 Revista estudiantil**

La revista estudiantil, como su nombre lo dice, es un medio cuyo objetivo es promover la participación de los estudiantes en el ámbito comunicacional. Esta revista puede darse en colegios o universidades y puede tener diferentes fines como ser: un medio de comunicación, un espacio para divulgar lo que sucede en una institución, un lugar para practicar la escritura, entre otros. Los temas



que se tratan en ella, dependerán de los objetivos con los que ha sido planteada la revista y principalmente de su línea editorial. Una revista estudiantil debe contar con un comité editorial para garantizar confiabilidad y calidad.

Las revistas digitales estudiantiles generalmente no necesitan ser indexadas (estar en una base de datos), sin embargo si desean postularse deberán cumplir con los requerimientos y normas establecidas por los índices o bases de datos internacionales existentes.

### **1.3.1.3 Revista académica**

Las revistas académicas nacen en las aulas de la universidad, como veremos más adelante. Esta revista se caracteriza por ser un medio de comunicación que mantiene una periodicidad ya sea trimestral, semestral o anual. Su principal característica es su modalidad de evaluación de pares ciegos, es decir, dos expertos en el tema analizan y revisan un artículo, pero desconocen al autor. De ellos depende si un texto es o no publicado en la revista y cuando no se tiene respuestas comunes se recurre a un tercer revisor. Esto garantiza la calidad de los artículos presentados.

En esta revista pueden publicar investigadores, docentes universitarios o estudiantes, que tengan experiencia en la escritura, que se ajusten a la línea editorial del medio y cuyos temas sean aprobados por los revisores.

Los textos que se pueden publicar en ella, deben ser originales e inéditos. Los temas dependen de la revista. Estos pueden ser netamente vinculados a la academia, a la ciencia, a las ciencias y humanidades, a la divulgación científica y tecnológica, entre otros. Aquí se presentan investigaciones, artículos, reseñas de libros, ponencias y demás información que sirve para expandir nuevos conocimientos que surgen a nivel académico.



Un último aspecto importante es que las revistas académicas deben estar indexadas a alguna base de datos y a un índice internacional de evaluación de revistas académicas como Latindex, Scopus entre otros.

### 1.3.2 Antecedentes de las revistas digitales académicas

Las revistas digitales nacieron en las universidades. Éstas son una muy buena opción para aquellos que desean dar a conocer un trabajo más elaborado, más planificado como son investigaciones científicas, académicas y estudiantiles. Las Universidades, por lo tanto, se benefician notablemente con la creación de este tipo de revistas, pues superan los limitantes de las impresas, brindando así más posibilidades de publicar a quienes lo desean. Como señala, Joaquín Aguirre, en su texto *Revistas digitales y la vida Académica*.

La capacidad de investigación de una universidad siempre está por encima de su capacidad de publicación. Es decir, muchos trabajos de investigación no son difundidos sencillamente porque no existen recursos económicos para proceder a su edición. Este factor es determinante de la producción investigadora, pues actúa como freno del interés por la investigación misma. El investigador queda desmotivado para la investigación, que tiende a ajustar a las posibilidades de edición. (Aguirre, 2000:1)

Las revistas digitales son utilizadas cada vez más por Institutos académicos y científicos, como son las Universidades, adquiriendo así el nombre de revistas digitales académicas. Este tipo de revistas, no son algo reciente sino que ya tienen su trayectoria. Según una investigación realizada por Maricela López y Graciela Cordero del Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California. En su investigación titula *Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas*, las autoras intentan definir las características generales de las revistas académicas electrónicas, pero también brindan datos sobre la creación



de las mismas, mostrando así las primeras revistas académicas. Según esta investigación, las cuatro primeras revistas académicas son las siguientes:

- En 1976, el New Jersey Institute of Technology pone en línea a Chimo, el primer prototipo de revista electrónica semanal.
- En 1987 el proyecto Syracuse University Kellogg distribuyó gratuitamente la primer revista arbitrada en línea, conocida como New Horizons in Adult Education (<http://www.nova.edu/~aed/newhorizons.html>). Esta publicación cuenta con 27 años de pervivencia a la fecha (2015); se publica dos o tres veces al año y puede consultarse por correo electrónico, disco o en Internet. Es editada por el programa FishclerGraduateSchool, de Nova SoutheasternUniversity.
- En 1990 se distribuye en línea otra publicación arbitrada: Postmodern Culture (<http://www.iath.virginia.edu/pmc/contents.all.html>), que apareció en código ASCII, fue puesta en línea gracias al apoyo del proyecto Muse, actualmente es editada por Johns Hopkins UniversityPress, University of Virginia y Vassar Collage.
- En 1992 surge Online Journal of CurrentClinicalTrials (OCLC): (<http://gort.ucsd.edu/newjour/o/msg01600.html>) identificada como la primera revista electrónica arbitrada de texto completo que se incluyó en un índice médico. En una revisión realizada en diciembre de 2004, la revista clasifica en cuatro a los suscriptores: institucional, individual, estudiantes y en red (López y Cordero, 2005:10,11).

Como hemos podido ver, las revistas digitales académicas llevan algunos años en la Internet, por lo que distintas universidades las utilizan con más frecuencia en la actualidad, no sólo porque resulta menos costosa su publicación sino también porque resulta mucho más fácil, rápida y barata su adquisición. Los usuarios ya no van a un lugar específico a comprar una revista, sino desde la comodidad de sus casas, aulas y otros lugares, pueden acceder a ella con un solo clic y sin gastar dinero. Además, permite al escritor actualizar constantemente la información, logrando que su texto no quede olvidado.



### 1.3.3 Ventajas de la revista digital frente a la impresa

Hoy, podemos notar que una gran parte de los medios de comunicación tradicionales han migrado su contenido impreso a una versión digital. Algo parecido sucede con las institucionales empresariales y educativas, además de personas particulares, todos con el mismo objetivo: dar a conocer información de la manera más dinámica posible. Para lo cual, el espacio idóneo ha sido la web, con las revistas digitales por ejemplo, en dónde las personas o instituciones pueden dar a conocer información variada con trabajos investigativos, opiniones, y material similar.

Estas revistas electrónicas a diferencia de los diarios digitales brindan más espacio y tiempo al escritor para realizar sus trabajos textuales o audiovisuales. Además, es importante señalar que en nuestros días, las revistas digitales tienen una gran acogida porque presentan un sin número de ventajas frente a las revistas impresas que buscan los investigadores, redactores y los usuarios. El investigador y profesor Ernest Abadal, en su texto *Revistas científicas digitales: características e indicadores* señala algunas ventajas.

Las ventajas de la revista digital son múltiples y podemos destacar las siguientes: hay un importante ahorro en los costes de impresión y distribución, los documentos pueden incluir elementos de un gran valor añadido (como hipertexto, audio, vídeo o animaciones), tienen una alta velocidad de publicación (pueden llegar al público en un lapso de tiempo muy breve), la accesibilidad es altísima (lo que facilita ampliar las audiencias, que tienen un alcance internacional), disponen de amplias posibilidades de búsqueda y recuperación de la colección entera, pueden actualizar los contenidos permanentemente y facilitan la interacción entre autor y lector.(...) Si bien hace unos años una parte de la comunidad científica cuestionaba el reconocimiento científico y la calidad de las revistas digitales, en estos momentos este reproche ya no se oye. Eso es así porque la estructura y las características formales de las revistas científicas digitales son prácticamente idénticas a las de sus homólogas impresas (es decir, cuentan con revisión por parte de expertos, disponen



de consejos editoriales prestigiosos, cumplen las normas formales de publicación, etc. (Abadal, 2)

Al notar los beneficios de este tipo de revistas señalada por el profesor Ernest Abadal, cada vez se crean más revistas académicas electrónicas en diferentes universidades, las mismas que pueden tratar temas relacionados con la academia, revistas puramente científicas o revista de divulgación científica, como también revistas académicas de tema libre, pero que se adaptan a la línea editorial.

En la Universidad de Cuenca, se puede ver como el número de revistas académicas ha ido creciendo en los últimos años, con lo que busca demostrar la calidad de trabajos en cuanto a investigación. Es así que hasta la fecha existen 14 revistas académicas, en su mayoría científicas. Las facultades que poseen una revista académica sea impresa o digital son las siguientes:

La Facultad de Arquitectura con su revista Estoa; la Facultad de Artes cuenta con la revista Tsantsa; la Facultad de Ciencias Agropecuarias tiene la revista de Ciencias agropecuarias; la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad publica la revista 4 sentidos; la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas cuenta con tres revistas: Coyuntura, revista Acordes y revista Economía y política. La Facultad de Ciencias Químicas publica una revista con su mismo nombre; la Facultad de Filosofía cuenta con la revista Pucara; la Facultad de Ingeniería tiene su revista Galileo; la Facultad de Jurisprudencia cuenta con la revista Iuris. La Facultad de Odontología con una revista; la Facultad de Psicología con una revista y El departamento de Investigación con la revista Maskana. Además de estas, se le debe sumar la revista institucional Anales.

En cuanto a revistas estudiantiles, podemos señalar que son muy pocas las revistas que existen en la universidad, que tengan un alto nivel de calidad y que hayan perdurado.



A continuación citaremos tres ejemplos de revistas, las cuales nos darán pautas importantes para nuestro proyecto.

### **1.3.4 Revistas electrónicas-digitales de la Universidad de Cuenca**

#### **1.3.4.1 Revista Maskana**

La revista Maskana, pertenece al Departamento de Investigación (DIUC) y esta es de carácter científico, es decir, para un público más limitado. Maskana es una palabra quichua que significa 'búsqueda'. Su primer número fue editado en Julio de 2010 y su publicación es semestral. La revista está indexada en Latindex, y acepta artículos originales en las áreas de Ciencias Humanas y Sociales, Ciencias Biológicas y de la Salud, y Ciencias Exactas y Tecnologías. Al igual que todas las revistas académicas, los artículos son revisados por pares ciegos, lo que garantiza su calidad.

Según el portal de la revista Maskana, ésta se constituyó con el objetivo de ofrecer al personal académico y de investigación una plataforma para la publicación de sus investigaciones. Además señala que busca generar capacidades entre la población universitaria para una mejor inclusión en la producción científica. Por esta razón, consideran a esta revista como una plataforma de aprendizaje a través del cual es posible mejorar las habilidades en la escritura técnica y científica.

No obstante, se debe mencionar que el acceso a esta revista es muy limitado, ya que su exigencia es muy alta, hay personas que no han logrado publicar en ella con mucha facilidad. Los estudiantes quedan a un lado, pues esta revista está dirigida únicamente a científicos, es decir, es escrita por científicos para científicos. La población es reducida a investigadores con amplia experiencia.

#### **1.3.4.2 Revista digital Pucara**

La revista Pucara, de la Facultad de Filosofía, se puede encontrar en Internet con la siguiente dirección:



<http://www.ucuenca.edu.ec/publicaciones/publicaciones-pregrado/facultad-filosofia-letras-educacion>

Esta revista tiene una gran trayectoria, sin embargo no es un espacio en donde los estudiantes de Comunicación Social puedan publicar sus trabajos, pues según la definición de la revista el contenido de la misma debe ser generado únicamente por profesionales. “La revista está orientada a ser un punto de diálogo y reflexión para autores nacionales y extranjeros sobre las diferentes manifestaciones de la cultura: literaria, histórica, filosófica, educativa (...) Pucara pretende ser una permanente fuente de consulta para estudiantes de pregrado y postgrado, así como para profesores e investigadores en las áreas de su especialidad.” La Universidad de Cuenca, al igual que otras universidades de prestigio cuenta con revistas digitales académicas donde docentes e investigadores publican artículos que buscan contribuir a que la institución gane prestigio.

#### **1.3.4.3 Revista el Cartel Azuayo**

Otra revista digital que se puede mencionar es “El Cartel Azuayo”, la cual fue resultado de un proyecto de grado propuesto por Milton Fabián Rocano, perteneciente a la Carrera de Comunicación Social. Está revista estaba destinada a exponer datos, actividades y entrevistas de deportistas élites de la provincia del Azuay. Fue subida a la Internet en 2010 y se la podía encontrar en la siguiente dirección: [www.elcartelazuayo.com](http://www.elcartelazuayo.com) según el informe escrito por Fabián Rocano. Sin embargo, en la actualidad esta revista ha dejado de existir, pues el sitio Web ha caducado haciendo imposible su localización, aunque aún queda su blog, el cual se lo puede encontrar en la red con el mismo nombre, pero no es de gran aporte, ya que no sido alimentado desde aquella fecha.

En base a esta realidad y a la falta de espacios Web en donde los profesores y estudiantes puedan publicar sus investigaciones y trabajos, surge el proyecto Arkhé, el cuál es una revista digital académica y estudiantil, con aplicación



móvil, dirigida a la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, la misma que, como dice su nombre, se realizará en dos espacios: Uno destinado a los docentes universitarios en dónde ellos podrán publicar sus investigaciones, artículos, ponencias, etc. Y otro, destinado a los estudiantes de comunicación social en donde exhibirán ensayos, fotografías, reportajes, cápsulas radiales y demás trabajos estudiantiles previamente seleccionados por los profesores encargados. Además la revista será un medio en donde los estudiantes podrán realizar sus prácticas pre-profesionales o realizar las 60 horas de servicio a la comunidad.

La creación de esta revista digital es significativa no sólo para la Carrera de Comunicación Social sino también para la Facultad de Filosofía y para la Universidad de Cuenca, ya que hasta ahora no ha existido un proyecto similar, es decir que involucre a estudiantes y profesores, y del cual la academia pueda apropiarse y dar continuidad. En especial, porque estará orientado a la publicación de información de carácter investigativo, que tanto el estudiante como el docente universitario deberán realimentar constantemente.

Esta realimentación constante de información que realizarán los estudiantes y docentes, permitirá que la publicación de la revista tenga continuidad hasta lograr establecerse como una revista propia de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Filosofía. La revista Arkhé, al igual que la revista Pucara y Maskana, anteriormente citadas, busca llegar a ser una revista de calidad, cuyas investigaciones y demás publicaciones, respondan a las mismas características de calidad editorial que muchas revistas académicas de varias universidades importantes de América Latina, España, entre otros países. Y para lograr este objetivo, la revista digital académica Arkhé creará su línea editorial en base a las políticas editoriales propuesta por Latindex, el cual es “un sistema de Información sobre las revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural que se editan en los países de América Latina, el Caribe, España y Portugal” (Latindex). Además, tiene como objetivo, difundir, hacer accesible y realzar la calidad de las revistas



---

académicas de la región, por ese motivo y pensando en que en el futuro la revista digital Arkhé, pueda llegar a estar en catálogos internacionales de información, crearemos la línea editorial basada en sus políticas.



## CAPÍTULO II



## CAPÍTULO II

### 1 Aplicación e interpretación de encuestas y entrevistas

#### 1.1 Aspectos generales

El presente proyecto “creación de la plataforma web y aplicación móvil, para la elaboración de la revista de carácter académico-estudiantil (Arkhé)” partió de la siguiente pregunta: ¿Es necesario e importante crear este espacio para los estudiantes y profesores de la escuela de Comunicación Social?

Para conocer la respuesta fue imprescindible realizar encuestas y entrevistas a profesores y estudiantes. Para la obtención de los datos cuantitativos recurrimos a la aplicación de una encuesta a un grupo de 134 estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. Mientras que para la obtención de los datos cualitativos realizamos entrevistas a cuatro docentes de la Facultad de Filosofía, el objetivo fue obtener argumentos y explicaciones más detalladas sobre la importancia de crear espacios en donde los estudiantes y profesores puedan publicar sus trabajos.

Las preguntas de la encuestas fueron formuladas de acuerdo a las siguientes variables: determinar cuál de los medios de comunicación, impresos y digitales, son más usados por los estudiantes. Con la segunda y tercera pregunta se buscó conocer qué medios existen en la universidad y en cuáles han publicado los estudiantes. Con la cuarta y quinta preguntas conseguimos saber si es importante para los estudiantes tener espacios para publicar sus trabajos y cuáles consideran los más oportunos. Con la pregunta seis obtenemos respuestas sobre los factores que impiden publicar a los estudiantes como: inexistencia de un medio, falta de presupuesto, no hay acceso a los medios, poco interés de los estudiantes y falta de motivación de los profesores a sus alumnos. Las preguntas siete, ocho, nueve y diez fueron formuladas para conocer la opinión de los estudiantes en cuanto a la importancia de que exista la revista Arkhé; si les gustaría publicar en ella; qué formatos, géneros y temas desearían trabajar; y si les interesaría que la revista sea un espacio para realizar las practicas pre profesionales y otros requisitos académicos.



En lo referente a las entrevistas, se formularon diez preguntas que responden a las siguientes variables: importancia de publicar y tener espacios para ello (preguntas 1 y 2); conocer si los docentes publican y qué se necesita para poderlo hacer (preguntas 3 y 4); indagar si los profesores publican por interés personal o por obligación y conocer si con las nuevas reglas de la SENESCYT, han aumentado las publicaciones en la universidad (preguntas 5 y 6); saber si los profesores y estudiantes universitarios están preparados para publicar a la par de otras revistas académicas existentes (preguntas 7 y 8); conocer qué se necesita para motivar a los autores a escribir y si es importante crear un espacio para publicar (preguntas 9 y 10).

## 1.2 El universo

El universo estuvo compuesto por mujeres y hombres de diferentes edades, nivel académico, condiciones económicas y sociales, quienes pertenecen a las carreras de Relaciones Públicas y Periodismo. Por lo tanto, el universo lo conforman 207 estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, pertenecientes al periodo de estudio septiembre-marzo de 2015.

## 1.3 La muestra

Para seleccionar una muestra representativa de los estudiantes hemos realizado la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Esta fórmula se aplica siempre y cuando el universo o población es finito, es decir se conoce el número total de sus componentes; en este caso es 207.

### 1.3.1 Interpretación de los valores

n= es igual al tamaño de la muestra (hasta ahora desconocido)

N= es el universo (207 estudiantes)



$e$ = es el error de estimación (porcentaje de error que podría presentarse en la encuesta, en este caso vamos a trabajar con un margen de error del 0,05%)

$z$ = es el grado de confiabilidad que tendrá la muestra, en este caso vamos a trabajar con el 95% de confianza que equivale a 1.96 (este valor lo definimos en base a la tabla de distribución normal pre-establecida estadísticamente)<sup>2</sup>

$p$ = 0.50

$q$ = 0.50

Los valores  $p$  y  $q$  con los que vamos a trabajar, ya están pre establecidos, ya que estos siempre se manejan entre el 0 y 1. Cuando no se tiene mayor información, en estadística se les asigna el porcentaje de 0.50 a estos dos valores, los cuales sumados deben dar 1.<sup>3</sup>

### 1.3.2 Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (1-0.50) (207)}{207 (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (1-0.50)}$$

$$n = \frac{(3,8436) (0.50) (207)}{(207) (0,0025) + (3,8436) (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{(3.84) (0.25) (207)}{(207) (0,0025) + (3,84) (0,25)}$$

$$n = \frac{(0.96) (207)}{0,52 + 0.96}$$

<sup>2</sup> Para conocer más sobre las tablas de distribución puede visitar [https://www.uam.es/personal\\_pdi/ciencias/gallardo/Tablas-normal-chi-t-F.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/ciencias/gallardo/Tablas-normal-chi-t-F.pdf)

<sup>3</sup> Para conocer más sobre cómo elegir una muestra revisar el texto *Población y Muestra. Técnicas de muestreo*. Escrito por Paula Lagares y Justo Puerto. [http://optimierung.mathematik.uni-kl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver\\_texte/sampling\\_es.pdf](http://optimierung.mathematik.uni-kl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver_texte/sampling_es.pdf).



$$n = \frac{198.72}{1.48} = 134$$

1.48

$$n = 134$$

La muestra representativa está conformada por 134 estudiantes de la escuela de Comunicación Social. Esta tendrá un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 0.05%.

#### 1.4 Tipo de muestreo

Una vez seleccionada la muestra con la que se va a trabajar, es importante saber el tipo de muestreo que se va a aplicar. En nuestro caso vamos a utilizar el muestreo aleatorio estratificado.

Este tipo de muestreo es ideal cuando se quiere analizar a la población en subgrupos o colectivos. Es decir, si en una muestra existen grupos que comparten ciertas características y por lo tanto sus respuestas van a ser similares, resulta conveniente dividirla en estratos o sub poblaciones para que ésta sea mucho más representativa. Los estratos pueden ser divididos por: sexo, edad, condición económica, social, entre otros.

Los estratos deben ser diferentes unos con otros, pero en su interior cada estrato debe estar conformado por personas se parezcan mucho entre si y sus respuestas sean similares u homogéneas.<sup>4</sup>

En nuestro caso vamos a dividir nuestra muestra en cuatro estratos: segundos ciclos, cuartos ciclos, sextos ciclos y novenos ciclos. Los colectivos van a diferir notablemente unos con otros, pero internamente compartirán características similares como: edad, grado de experiencia, nivel académico, entre otros.

---

<sup>4</sup> Para saber más sobre los tipos de muestreos pueden acceder al texto *Universo y Muestra*, escrito por la Dra. Cristina Ludewig. En <http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>



Una vez realizada la división de las sub poblaciones es importante distribuir el tamaño de la muestra entre los estratos. Para realizar esto existen tres opciones:

1. Proporcionalmente al tamaño de cada estrato. Si tomamos el estrato  $j$ -ésimo de tamaño  $N_j$ , entonces una muestra de dicho estrato será de tamaño  $n \cdot (N_j/N)$ , siendo  $N$  el total de la población y  $n$  el tamaño de la muestra.
2. Proporcionalmente a la variabilidad de la característica que estamos considerando en cada estrato. Por ejemplo, si conocemos que la varianza en la altura de los alumnos es de 15 cm y en las alumnas es de 5 cm, la proporción de los alumnos es 3 a 1 y la muestra deber guardar esa proporción.
3. Se asigna el mismo tamaño a cada estrato. Como consecuencia se favorece a los estratos más pequeños y se perjudica a los grandes en cuanto a precisión. (Lagares y Puerto, 2001: 7)

En nuestro caso seleccionaremos la primera opción, es decir la proporcional a cada estrato y realizaremos la fórmula señalada.

### 1.5 Estratos

Como ya mencionamos anteriormente, para definir el número de personas a quienes se les aplicó la muestra, utilizamos el método “proporcional al tamaño de cada estrato”, y la fórmula que aplicamos fue la siguiente:

- $n_1 = n \cdot \frac{N_1}{N}$

$n_1$  = este valor será igual al número de estudiantes a quienes se les aplicará la muestra.

$n$  = este es el número de la muestra que hemos seleccionado (134 estudiantes).

$N_1$  = este es el número de estudiantes que hay en cada estrato.

$N$  = representa al total de la población o universo. (207 estudiantes).



### 1.5.1 Primer estrato

Este colectivo estuvo conformado por los segundos cursos de la Carrera de Comunicación Social. Segundo de Periodismo contó con 33 estudiantes y Relaciones Públicas con 22.

- Segundo de Periodismo:

$$n1 = 134 \frac{(33)}{(207)}$$

$$n1 = 134 (0.159) = 21$$

- Segundo de Relaciones Públicas:

$$n1 = 134 \frac{(22)}{(207)}$$

$$n1 = 134 (0.1062) = 14$$

Los estudiantes a los que se les aplicó la encuesta fueron 21 de Periodismo y 14 de relaciones públicas. El número total de encuestados por los segundos ciclos de la escuela de comunicación social fue 35 estudiantes de 55.

### 1.5.2 Segundo estrato

Este estrato fue conformado por los cuartos ciclos de la Carrera de Comunicación Social. Cuarto ciclo de Periodismo contó con 33 estudiantes y Relaciones Públicas con 27.

- Cuarto de Periodismo:

$$n1 = 134 \frac{(33)}{(207)}$$

$$n1 = 134 (0.159) = 21$$

- Cuarto de Relaciones Públicas:

$$n1 = 134 \frac{(27)}{(207)}$$

$$n1 = 134 (0.1304) = 17$$



Los estudiantes a los que se les aplicó la encuesta fueron 21 de Periodismo y 17 de Relaciones Públicas. El número total de encuestados por los cuartos ciclos de la escuela de comunicación social fueron 38 estudiantes de 60.

### 1.5.3 Tercer estrato

Esta Sub población fue conformada por los sextos ciclos de la Carrera de Comunicación Social. Sexto ciclo de Periodismo contó con 24 estudiantes y Relaciones Públicas con 23.

- Sexto de Periodismo:

$$n1 = 134 \text{ (24)}$$

(207)

$$n1 = 134 (0.115) = 16$$

- Sexto de Relaciones Públicas:

$$n1 = 134 \text{ (23)}$$

(207)

$$n1 = 134 (0.111) = 15$$

Los estudiantes a los que se les aplicó la encuesta fueron 16 de Periodismo y 15 de Relaciones Públicas. El número total de encuestados por los sextos ciclos de la Carrera de Comunicación Social fue de 31 estudiantes de 47 matriculados.

### 1.5.4 Cuarto estrato

Este estrato lo formaron los novenos ciclos de la carrera de Comunicación Social. Noveno ciclo de Periodismo contó con 23 estudiantes y Relaciones Públicas con 22.

- Noveno de Periodismo

$$n1 = 134 \text{ (23)}$$

(207)

$$n1 = 134 (0.111) = 15$$



- Noveno de Relaciones Públicas:

$$n_1 = 134 \left( \frac{22}{207} \right)$$

$$n_1 = 134 (0.1062) = 14$$

Los estudiantes a los que se les aplicó la encuesta fueron 15 de Periodismo y 14 de Relaciones Públicas. El número de estudiantes a los que se encuestó fue 30 de 45 matriculados.

Definir el número de personas de cada estrato, es lo que hace que todos los miembros del mismo tengan igual de condiciones de ser elegidos y representar a su colectivo. Esto da más credibilidad a los resultados obtenidos en las encuestas, asimismo garantizan que la muestra sea representativa y que sus resultados puedan ser generalizados.

### 1.6 Aplicación de las encuestas

Una vez definidos los estratos y el número de estudiantes por cada colectivo, se procedió a realizar las encuestas. Los estudiantes fueron clasificados en cuatro grupos de acuerdo a la variable, nivel académico. Todos pertenecen a una misma institución educativa, en este caso la Carrera de comunicación Social de la Universidad de Cuenca.

Los datos, de carácter cuantitativo, que arrojaron las encuestas son sumamente importantes para la elaboración de este proyecto, pues en base a ellos ha sido creada la línea editorial de la revista digital Arkhé, concretamente la sección estudiantil. Los datos de las encuestas fueron tabulados cuidadosa y rigurosamente para evitar errores. Los resultados de cada respuesta, los presentamos a través de gráficos en forma circular y de columna, de tal manera que los porcentajes sean lo más claros posibles, pues son parte fundamental de nuestra investigación. No obstante, la tabulación y presentación de los gráficos estarán al final de nuestro proyecto en el Anexo 5: tabulación por estratos, esto con el objetivo de generar una lectura más ágil y fluida.



## 1.7 Interpretación y análisis cuantitativo de las encuestas

Las respuestas analizadas y presentadas a continuación constan en las encuestas aplicadas a 134 estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, los mismos que han sido divididos por estratos para un mejor estudio. Al analizar las preguntas de acuerdo a sub grupos, podremos conocer las diferencias y similitudes que existen entre los estudiantes al pertenecer a distintos niveles de educación, pues creemos que un estudiante de noveno ciclo tiene otra manera de ver y analizar que un estudiante de segundo ciclo. En definitiva, examinaremos los datos por ciclos o estratos, no obstante al final haremos un análisis general de todos los estudiantes y sus respuestas, para posteriormente generalizarlos a todos los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. La tabulación de los datos generales los podremos encontrar en el Anexo 6: tabulación de datos generales.

### ➤ Primera pregunta

**Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurres frecuentemente? Medios digitales o impresos y ¿por qué?**

Esta pregunta la planteamos, con el objetivo de comprobar la idea que en la actualidad la mayoría de jóvenes y personas en general, utilizan con más frecuencia la Internet que los medios impresos. Los datos obtenidos nos ayudaron a reforzar nuestra hipótesis.

En el caso de los estudiantes de los segundos ciclos, el 83% afirmó utilizar medios digitales mientras que el 17 % señaló acudir a medios impresos. Entre las razones por las que los estudiantes visitan medios digitales señalan las siguientes: el 37% de los estudiantes afirman que un factor importante es la rapidez e inmediatez con la que pueden acceder a los datos. El 29% considera que la comodidad y el fácil acceso a la Internet es un aspecto fundamental. El 23% señala la variedad de fuentes y el amplio contenido. El 11% indica que lo



hace porque en la Internet también hay información confiable. El 3% por la interactividad y el 6% por la calidad que los medios digitales les ofrecen. Mientras tanto, el 17% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la seguridad que éstos les brindan.

En el caso de los cuartos ciclos, el 84% afirma recurrir a medios digitales y el 16% a medios impresos. Las razones por las que los estudiantes visitan medios digitales son las siguientes: el 63% lo hacen por la facilidad de acceder a ellos mediante la Internet. El 39% por la velocidad o rapidez, el 13% porque hay más contenido y más fuentes. El 3% por la interactividad y por su bajo costo. Mientras tanto, el 13% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad y el 3% mencionan el fácil acceso.

En el caso de los sextos ciclos, el 90% de los estudiantes prefieren los medios digitales y 10 % los medios impresos. Un 81% señala que la accesibilidad es el primer factor por el que ellos acuden a estos medios. El 39% menciona la velocidad o rapidez, el 39% porque hay más contenido y 3% por la interactividad. Por su parte, el 10% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad que les dan los medios impresos.

Finalizamos con los novenos ciclos, en donde el 83% de los estudiantes afirma preferir los medios digitales a los medios impresos. Mientras que el 17% prefiere los medios impresos para buscar información confiable. Las razones por la que acuden a la Internet son: la accesibilidad con un 50%, la velocidad o rapidez con un 23%, la amplitud de contenido y variedad de fuentes con un 47%, la interactividad con un 3%, la calidad de la información recibe un 13%, la actualización de la información tiene un 10% y 3% los elige por su bajo costo. Mientras tanto, los estudiantes que eligen los medios impresos lo hacen por la confianza que les brinda un texto al estar impreso.

Como hemos podido ver los estudiantes de los distintos estratos señalan que utilizan con más frecuencia los medios digitales en lugar de los impresos debido al fácil acceso, la rapidez y variedad de fuentes. Es así que en términos



globales, las encuestas nos arrojan los siguientes datos: el 78% de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, recurre a medios digitales, el 14% a medios impresos y el otro 8% no responde. Al hablar de las razones porqué lo hacen, el porcentaje de las respuestas no varía es así que: el 55% de los estudiantes utiliza medios digitales por el fácil acceso, el 35% por la rapidez, el 29% por la variedad de fuentes y contenido, el 4% por la calidad, el 4% por la actualidad, el 3% por la interactividad y el 3% por confiabilidad. Mientras que el 14% de los estudiantes que acuden a los medios impresos lo hacen por la seguridad de las fuentes. En definitiva la Internet, en la actualidad juega un papel muy importante para los estudiantes, pues es la primera fuente a la que recurren para obtener información, debido a la accesibilidad que se tiene, a la rapidez en la búsqueda, a la gran variedad de fuentes, a la actualización entre otros.

➤ **Segunda pregunta**

**¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles? ¿Cuáles?**

Esta pregunta fue formulada con el objetivo de conocer si en la Carrera de Comunicación Social hay medios destinados a la publicación de trabajos o investigaciones estudiantiles, y al mismo tiempo saber cuáles son los más utilizados por los alumnos. A continuación realizaremos un análisis de las preguntas de manera individual; es decir, por cada sub población, lo cual nos ayudará a conocer mejor el tipo de medios usados según el nivel académico.

Los estudiantes de segundo ciclo señalan lo siguiente: el 47% afirma que no existen medios con este fin y el 17% asegura desconocer sobre la existencia de estos espacios. Mientras que el 37% afirma que sí existen medios de comunicación para la publicación de trabajos. Al preguntar cuáles eran los medios que conocían señalaron: el 31% se refiere a la radio Universitaria, el 6% a redes sociales como facebook y 3% a la revista académica Pucara. (En donde no hay participación de estudiantes de esta carrera)



Los estudiantes de cuarto ciclo de la escuela de comunicación social por su parte muestran los siguientes datos: el 32% de los estudiantes afirman que sí existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, mientras que el 68% afirma que no existen. De los estudiantes cuya respuesta es afirmativa, el 26% se refiere a la radio Universitaria, 3% a redes sociales como facebook y 3% a la revista académica Pucara.

Las respuestas de los estudiantes de sexto ciclo, arrojaron los siguientes datos: el 35% de los estudiantes afirman que sí existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, mientras que el 65% afirma que no hay espacios con este fin. Por su parte, los estudiantes que afirman tener conocimiento de estos espacios mencionan lo siguiente: el 29% se refiere a la radio Universitaria, 6% a redes sociales como facebook y 3% y a la plataforma de tareas eVirtual.

Los estudiantes de los novenos ciclos generan la siguiente información: el 17% de ellos afirman que sí existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, mientras que el 83% afirma que no existen medios con este fin. Por otro lado, de quienes conocen la existencia de este tipo de espacios el 10% se refiere a la radio Universitaria, 3% a redes sociales como facebook y 3% a la plataforma de tareas eVirtual.

Como hemos podido ver, la mayoría de estudiantes afirma que no existe ningún medio destinado exclusivamente a la publicación de trabajos estudiantiles. Mientras que los estudiantes que afirman conocer espacios con este fin, han señalado a la radio universitaria, facebook y eVirtual como los principales. Esta información la podemos comprobar al realizar un análisis global de donde obtenemos los siguientes datos: el 65% de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, no conoce de la existencia de algún medio que permita publicaciones estudiantiles, el 31% conoce de algún medio universitario, mientras que el 4% no sabe. Por su parte, los estudiantes que conocen dichos medios señalan: el 25% a la radio universitaria, el 4% a la revista Pucara y el 2% a la red social facebook. En conclusión, los datos nos



han mostrado que en la Carrera de Comunicación Social no existe un medio en donde se difunda el trabajo universitario de los estudiantes de manera variada y en distintos formatos, pues al señalar únicamente la radio universitaria solo tienen una opción para hacerlo.

➤ **Tercera pregunta**

**En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayas publicado algún trabajo estudiantil.**

En el caso de los segundos ciclos, el 51% de los estudiantes mencionan que no han realizado ninguna publicación. El resto de estudiantes, el 49% ha publicado al menos en una ocasión. Los espacios en los que ha publicado son los siguientes: el 23% afirma haberlo hecho en plataformas como eVirtual, youtube y google. El 14% lo ha realizado en blogs personales, el 9% en radio universitaria y el 6% en revistas impresas.

En el caso de los de cuartos ciclos el 58% de los estudiantes mencionan que hasta la fecha no han publicado en ningún medio. El resto de estudiantes, 42% sí lo ha hecho, al menos en una ocasión y señalan los siguientes espacios: el 24% lo ha hecho en Radio Universitaria, el 16% en un blog (creado en clase). Y finalmente el 3% se refiere a las publicaciones realizadas en el portal de tareas universitario, eVirtual y youtube.

En el caso de los sextos ciclos, el 39% de los estudiantes mencionan que no han realizado ninguna publicación, mientras que el 61 % sí lo ha hecho. El 48% de alumnos que han realizado publicaciones, ha sido en un blog personal y creado en clase. El 45% en Radio Universitaria, el 19% en periódicos impresos, 10% en TV, 13% en periódicos impresos y el 3% se refiere a las publicaciones realizadas en revistas impresas

En el caso de los novenos ciclos, el 43% de los estudiantes mencionan que no ha realizado ninguna publicación, mientras que el 57% sí lo ha hecho. De los



que sí han publicado, el 50% dice haberlo realizado en una revista digital, el 23% en un blog. El 20% en Radio, el 3% en periódicos impresos, el 3% en revistas impresas, 3% en prensa digital y 3% en otros medios como eVirtual.

Como hemos podido ver al analizar esa pregunta por estratos, las respuestas han sido variadas de un curso a otro, no obstante al hacer un análisis general de todos los estudiantes de Comunicación Social, las respuestas cambian y nos dan los siguientes datos: el 49% de estudiantes no ha publicado en ningún medio, el 45% sí ha realizado algún tipo de publicación, mientras que el 6% no responde. Los medios en los que han publicado los estudiantes son: 15% en un blog personal, 15% en radio, 4% en un periódico, 3% en una revista impresa, 2% en televisión, 1% en prensa digital y 5% en otros medios como eVirtual o youtube. De esta manera, podemos decir que casi la mitad de los estudiantes de la Carrera de Comunicación social no publica en ningún medio, mientras que la otra mitad si lo ha hecho. Los espacios en los que más publican sus trabajos son blogs y la radio universitaria. Los periódicos y otros medios ocupan un nivel muy bajo.

#### ➤ Cuarta pregunta

**De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles? Señala mínimo tres.**

El objetivo de formular esta pregunta fue para conocer qué medios prefieren o consideran importantes los estudiantes para publicar sus trabajos. Además con esta información comprobaríamos o refutaríamos nuestra idea de que la carrera de Comunicación Social necesita de un medio propio, como Arkhé, para que los alumnos puedan presentar sus investigaciones.

Según el rango de importancia e interés de los estudiantes, la prensa digital es indispensable para publicar los trabajos en un 71%, la revista digital en un 60%, los blogs en un 40%, la radio en un 23%, la televisión en un 20% y finalmente el periódico impreso en un 17%. De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la prensa digital.



En el caso de los cuartos ciclos, según el rango de importancia e interés de los estudiantes: la revista digital es indispensable para publicar los trabajos en un 66%, en un 61% la revista impresa, los blogs en un 53%, la prensa o periódico impreso en un 53%, la prensa o periódico digital en un 32% y finalmente la televisión en un 26%. De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la revista digital.

En el caso de los sextos ciclos, según el rango de importancia e interés de los estudiantes: en un 77%, la revista digital es indispensable para publicar los trabajos, la revista impresa en un 61%, la prensa digital en un 52%, el blog y radio en un 48%, la prensa impresa y Tv en un 53%, De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la revista digital.

En el caso de los novenos ciclos, según el rango de importancia e interés de los estudiantes señalan a la revista digital: con un 83% como un medio indispensable para publicar los trabajos, con un 53% a los blogs, con un 47% a la Tv, con un 43% a radio, a la prensa digital con un 37%, a la revista impresa con un 33% y al periódico impreso con un 23%. En consecuencia podemos ver que los estudiantes creen indispensable la revista digital.

Como hemos podido ver, nuestra idea fue comprobada, pues según las respuestas de los estudiantes se obtuvo los siguientes datos: el 71% consideran a la revista digital como indispensable, el 52% prefiere un blog personal, el 48% marca la prensa digital, el 46% cree que es indispensable una revista impresa, 40% opta por la radio, 35% de los encuestados considera que es indispensable la prensa impresa y el 34% de los estudiantes señalan televisión. En conclusión se puede decir que la creación de la revista digital Arkhé es indispensable y necesaria para la escuela de comunicación social.

➤ **Quinta pregunta**

**¿Es importante para ti, tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos? Si-no ¿por qué?**



Al plantear esta pregunta, se tomó en cuenta la necesidad de conocer si los estudiantes quieren o no un medio propio para publicar y bajo qué argumentos.

Al ser esta una pregunta abierta, los estudiantes han respondido al porqué con algunos datos similares, los cuales los hemos separado en términos concretos que resuman sus palabras. A continuación mostramos los conceptos que utilizaremos:

- Dar a conocer sus trabajos; se entiende como el deseo de compartir lo que han aprendido, mostrar los mejores trabajos y que no se queden en los cuadernos u aulas. También usaremos este término para referir al deseo de los estudiantes de darse a conocer en el ámbito profesional.
- Aportar; hace referencia al deseo de que los trabajos realizados sean una fuente de referencia para otros estudiantes.
- Ganar experiencia; esto involucra poner en ejecución lo aprendido en clase, tener un espacio para practicar y mejorar sus habilidades, recibir críticas para aprender más.
- Accesibilidad; este término hace referencia a que los estudiantes tendrán más facilidad para publicar, al ser un medio propio, lo que les permitirá aprovechar al máximo los espacios hechos para ellos.

Con una respuesta afirmativa del 100% los estudiantes de los segundos ciclos han declarado que sí es importante tener un medio para publicar. Y responden al porqué con lo siguiente: el 60% de los estudiantes quieren el espacio para dar a conocer sus trabajos, el 20% para aportar con conocimientos, el 23% espera practicar sus habilidades y el 9% señala la accesibilidad.

En el caso de los cuartos ciclos, el 97% los estudiantes ha declarado que sí es importante tener espacios y señalan las siguiente razones: el 58% de los estudiantes quieren el espacio para dar a conocer sus trabajos, el 38% para aportar con conocimientos, el 21% espera practicar sus habilidades y el 13% por el fácil acceso. Mientras que el 3% señala que no son importantes porque ya publican redes sociales.



En el caso de los sextos ciclos, el 6% afirma que no es importante la creación de un medio, ya que muchos terminan muriendo por la falta de continuidad. Por su parte, el 94% los estudiantes han declarado que sí es importante tener medios de comunicación propios y señalan las siguientes razones: el 58% desea dar a conocer sus trabajos, el 32% espera practicar sus habilidades, el 29% quiere aportar con conocimientos y el 6% lo requiere por la accesibilidad.

En el caso de los novenos ciclos el 100% los estudiantes responde afirmativamente, para todos es importante tener medios para publicar y señalan las siguientes razones: el 67% de los estudiantes quieren el espacio para dar a conocer sus trabajos, el 30% espera practicar sus habilidades y el 37% para aportar con conocimientos.

Al hacer un análisis general de esta pregunta nos encontramos con los siguientes datos: el 98% de los estudiantes tanto de la Carrera de Relaciones Públicas como de Periodismo afirman que sí es importante tener espacios propios para publicar trabajos investigativos. El 2% afirma que no es importante tener un espacio para publicar. Del 98% de estudiantes que sí quieren el espacio, el 60% afirma que es para dar a conocer sus trabajos, el 37% para aportar con conocimientos y ser una fuente de información, el 26% lo desea como un lugar para practicar y el 5% porque habrá más accesibilidad. En definitiva, con esta pregunta volvemos a confirmar la importancia de crear un espacio o medio de comunicación, en donde los estudiantes puedan publicar en un futuro sus trabajos e investigaciones.

➤ **Sexta pregunta**

**¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario?**

Al formular esta pregunta, hemos pretendido conocer cuáles son los factores más relevantes para los estudiantes a la hora de publicar o no un trabajo. Para



ellos hemos puesto cinco factores y hemos pedido que los estudiantes les asignen un puntaje del uno al cinco, según lo que consideren con menor o mayor influencia. Los factores son los siguientes:

La inexistencia de un medio o espacio para la difusión (impreso o digital)

La falta de presupuesto para la publicación (impresa)

Existen espacios para la publicación, pero no hay fácil acceso a ellos

Poco interés de los estudiantes para elaborar trabajos

Falta motivación de los profesores a estudiantes

- Segundos ciclos

Tomando en cuenta el grado de importancia 5, el factor que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 31%, seguido el desinterés de parte de los estudiantes por publicar con el 29%. La falta de motivación de profesores recibe un 14% y se ubica como el tercer factor que impide publicar a los estudiantes. El cuarto factor es la poca accesibilidad que tienen a otros medios para publicar y finalmente la inexistencia de espacios es el quinto factor, con un 6% de respuestas. Con esto notamos que la falta de presupuesto para crear espacios y el desinterés de los profesores y estudiantes por publicar son los factores más relevantes por los cuales no hay publicaciones en la Carrera de Comunicación Social.

- Cuartos ciclos

El factor, en grado de importancia 5, que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 49%. El segundo factor es la inexistencia de medios con un 46%. El tercer factor es la falta de motivación de los profesores a los estudiantes con el 29%. El cuarto factor es el poco acceso que tienen los estudiantes para publicar en otros medios de la universidad y está marcado por el 26% de estudiantes. El factor que recibe la más baja puntuación es la falta de desinterés de los estudiantes con un 23%. En consecuencia estos factores son los primordiales a la hora de publicar o no hacerlo.



- Sextos ciclos

Siguiendo el grado de importancia, el factor que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 54%. Es segundo factor es la inexistencia de espacios para publicar con el 51%. El tercero es el poco acceso para publicar en otros medios con un 37% de estudiantes. El cuarto impedimento es la falta de motivación de los profesores a estudiantes con un 31%. Y el último factor que incide al momento de publicar es el desinterés de los estudiantes con el 23%.

- Novenos ciclos

Para los estudiantes de los novenos ciclos, el factor que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la inexistencia de medios con el 43%. El segundo aspecto importante es la falta de motivación de los docentes a los estudiantes con el 37%. El tercer factor es la falta de presupuesto con el 37%. El desinterés por parte de los estudiantes está marcado con el 23% y este es el cuarto factor que impide publicar. La quinta razón sería el poco acceso a otros medios y este lo señalan el 14%. Con esto notamos que la inexistencia de medios y la desmotivación, son los factores más relevantes por los cuales no hay publicaciones en nuestra carrera.

Una vez analizadas las preguntas por estratos y conocido los resultados según el nivel académico de los estudiantes, creemos necesario realizar una valoración general de los datos, pues consideramos importante saber cuáles son los factores que han recibido mayor puntuación a nivel de escuela. Es así, que podemos notar que el factor que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 43%, seguido de la inexistencia de espacios con el 38%, luego está la falta de motivación a los alumnos con el 29% no muy lejano está el desinterés de los estudiantes por publicar con el 25%. Finalmente los estudiantes de la escuela de comunicación social colocan al poco o nulo acceso a otros medios con un 23%. En consecuencia podemos decir que la falta de presupuesto es el primer factor que impide que los



estudiantes publiquen en un medio ya sea una revista, un periódico entre otros. Con la creación de la revista digital Arkhé se verá solucionado este inconveniente, ya que al estar en la Internet y ser digital no significará ningún costo para la Carrera de Comunicación Social, con esto también se verá solucionado el segundo factor con más puntaje que es la inexistencia de espacios.

➤ Séptima pregunta

**¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social? Si-no ¿por qué?**

El objetivo de hacer esta pregunta, y pese que se parece a la pregunta cinco, es conocer abiertamente si los estudiantes quieren y necesitan de un espacio propio, como la revista Arkhé, para presentar sus trabajos e investigaciones. Al ser una pregunta abierta, los estudiantes han respondido porqué con algunos datos similares, los cuales hemos separados en términos concretos que resuman sus palabras. A continuación mostramos los conceptos que utilizaremos:

- Dar a conocer sus trabajos; se entiende como el deseo de compartir lo que han aprendido, mostrar los mejores trabajos y que no se queden en los cuadernos u aulas. También usaremos este término para referir al deseo de los estudiantes de darse a conocer en el ámbito profesional.
- Aportar; hace referencia al deseo de que los trabajos realizados sean una fuente de referencia para otros estudiantes.
- Ganar experiencia; esto involucra poner en ejecución lo aprendido en clase, tener un espacio para practicar y mejorar sus habilidades, recibir críticas para aprender más.



- Accesibilidad; este término hace referencia a que los estudiantes tendrán más facilidad para publicar, al ser un medio propio, lo que les permitirá aprovechar al máximo los espacios hechos para ellos.

En el caso de los segundos ciclos, el 74% de los estudiantes consideran necesaria la creación de una revista, mientras que el 26% ha preferido no contestar. Las razones por las que los estudiantes han afirmado que es necesario la creación de una revista digital son: el 6% cree que será más accesible, el 57% dice que contarán con un espacio propio para dar a conocer sus trabajos, el 31% menciona que es necesario para practicar y el 11% de los estudiantes creen que es necesaria por la variedad de contenido y el tiempo para trabajarlo.

En el caso de los cuartos ciclos, el 87% de los estudiantes consideran necesaria la creación de una revista, mientras que el 13% menciona que prefieren otro medio como la prensa digital. La razón por la que los estudiantes han afirmado que es necesaria la creación de una revista digital, es porque el 39% desea dar a conocer sus trabajos, el 29% quiere aportar con conocimientos, el 24% desea practicar, el 18% se apoya en la confiabilidad y finalmente el 8% cree que será más accesible a los estudiantes.

En el caso de los novenos ciclos, el 94% de los estudiantes considera necesaria la creación de una revista, mientras que el 3% menciona que prefieren otro medio como la prensa digital y el otro 3% de estudiantes no responde a la pregunta. Entre las razones por las que los estudiantes han afirmado que es necesario la creación de una revista digital señalan las siguientes: el 53% de los estudiantes menciona la accesibilidad, el 50% señala que es importante para practicar, el 30% desea la revista para dar a conocer sus trabajos y el 27% menciona que es necesario para aportar conocimientos.

En definitiva podemos decir que la mayoría de los estudiantes de comunicación social consideraban necesaria la creación de la revista digital Arkhé, pues al



realizar un análisis global de los alumnos de relaciones públicas y periodismo se obtuvieron los siguientes datos: el 88% respalda la creación Arkhé, el 5% dice no apoyar la creación del espacio, mientras que el 7% no responde. Entre las razones por las que los estudiantes han afirmado que es necesaria la creación de una revista digital señalan: el 46 % de estudiantes necesita darse a conocer mediante sus trabajos, el 16% cree que tendrá más opción de publicar al ser un medio propio, el 15% menciona que es necesario como un espacio para la práctica, el 13% piensa en ser un aporte para nuevos estudiantes y finalmente el 10% necesita una revista porque es un espacio donde puede haber contenido más variado. Es así que podemos considerar, que la revista Arkhé va a tener una buena acogida por los estudiantes, pues finalmente contarán con un espacio creado para ellos y por ellos.

➤ **Octava pregunta**

**Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.**

Al realizar esta pregunta se pensó en la necesidad de tener un respaldo para demostrar que los estudiantes están o no dispuestos a colaborar con la revista Arkhé. Esta pregunta es de suma importancia, ya que en base a ella se realizarán los parámetros y políticas de calidad de los documentos y trabajos que se podrán publicar en la revista digital.

Ante la posibilidad de que existiera la revista digital, el 97% de los estudiantes de los segundos ciclos ha afirmado que sí estarían dispuestos a publicar en ella. Mientras que el 3% de los estudiantes, ha señalado que no, debido a que sus trabajos pueden ser plagiados. En cuanto a los formatos a trabajar, los estudiantes nombran los siguientes: el 60% elige fotografía, el 49% señala audio, el 34% prefiere texto y el 31 % desea hacerlo en video. En cuanto a los géneros periodísticos en los que pueden desempeñarse escogen: el 54% de estudiantes menciona el documental, el 54% elige el reportaje, el 17% prefiere la crónica y el 11% señala el ensayo.



El 97% de los estudiantes de los cuartos ciclos ha afirmado que sí están dispuestos a publicar en la revista Arkhé, mientras que el 3% ha señalado que no, por miedo a ser plagiados. Los estudiantes que han afirmado que publicarán sus trabajos, mencionan los siguientes formatos: el 63% fotografía, el 53% en texto, el 24% en video y finalmente el 42 % de los estudiantes prefieren hacer trabajos en audio. En lo referente a los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse señalan: el 45% de ellos prefieren el género reportaje, 45% escoge hacer documentales. Mientras que el 29% elige ensayo y el 18% se inclina por la crónica. Todos estos géneros pueden ser desarrollados con los formatos ya mencionados

En el caso de los sextos ciclos, el 94% de estudiantes señalan que sí lo harían y un 6% señala que no. En lo referente a los formatos los estudiantes indican que les gustaría trabajar en los siguientes: el 55% en fotografía, el 52% prefiere realizar videos, el 48% prefiere texto y finalmente el 39% se inclina por audio. Por otro lado, al preguntar por los géneros periodísticos en los que los estudiantes quisieran desempeñarse señalan: el 61% de ellos prefieren el género reportaje, 55% escoge hacer documentales, el 35% prefiere el ensayo y el 16% se inclina por la crónica.

En el caso de los novenos ciclos el 100% de los estudiantes han afirmado que sí están dispuestos a publicar en el medio. Si la revista digital existiera, los estudiantes preferirían realizar sus trabajos en los siguientes formatos: 70% con realizaciones audiovisuales, el 60% prefiere realizar artículos escritos, el 53% en audio y finalmente el 53% quisiera realizar trabajos fotográficos. En lo referente a los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse, arrojan la siguiente información: el 57% de ellos prefieren el género documental, 47% escoge hacer reportajes, mientras que el 23% prefiere la crónica y el 20% se inclina por la realización de ensayos académicos.

En resumen podemos mencionar que al hacer un análisis general de los datos de todos los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, obtenemos los



siguientes porcentajes: ante la posibilidad de que existe la revista digital, el 97% de los estudiantes han afirmado que están dispuestos a publicar en ella. Mientras que el 3% señala que no quiere publicar por temor de plagio.

En lo referente a los formatos y los géneros, los estudiantes de relaciones públicas y periodismo afirman que les gustaría trabajar en los siguientes formatos: el 58% de los estudiantes prefiere realizar trabajos en fotografía, el 55% trabajos en video, el 49% artículos escritos y el 41 % quiere hacer trabajos en audio. A cerca de los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse señalan: el 54% prefiere el género de reportaje, el 52% el género documental, 31% el ensayo y el 19% preferiría la crónica. Todos estos géneros pueden ser desarrollados con los formatos ya mencionados. En conclusión, estos datos nos ayudarán a definir las características más importantes de Arkhé.

➤ **Novena pregunta**

**¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista?**

Con la formulación de esta pregunta obtenemos datos sumamente valiosos para definir la línea editorial de la revista digital Arkhé estudiantil. Además, esta información nos permitirá conocer las preferencias y fuertes de los estudiantes.

○ Segundos ciclos

En cuanto a qué temas les gustaría realizar los estudiantes respondieron así: el 71% prefiere los temas de cultura, el segundo tema preferido son los temas educativos con un 14%, los temas tecnológicos también reciben un 14%, seguido con el 11% están los temas antropológicos, los temas científicos obtienen un 9% y finalmente el tema deportivo tiene el 3% de preferencia.



En lo referente a la selección del tema, el 60% de los estudiantes han marcado que sea de libre elección. Por su parte el 6% de los estudiantes espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 34% de los estudiantes no responde.

- Cuartos ciclos

En cuanto a los temas que les gustaría trabajar, el 63% de los estudiantes prefiere los temas de cultura, el 34% señala los temas educativos, los temas tecnológicos alcanzan un 34%, el 18% opta por los temas antropológicos y otro 18% por los científicos.

Para la selección del tema, 65% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre, el 3% espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 32% de los estudiantes no responde

- Sextos ciclos

En lo referente a los posibles temas a realizar los estudiantes prefieren los siguientes: el 71% temas de cultura, el 34% indica el tema educativo, el 23% señala el tema tecnológico, el 13% los temas científicos y el 13% los antropológicos.

En cuanto a si los temas deberían ser libres o sugeridos, señalan lo siguiente: el 71% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre. El 0% espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 29% de los estudiantes no responde.

- Novenos ciclos

Entre los temas preferidos para trabajar, los estudiantes han marcado con el 77% a los temas de cultura, con el 27% los temas educativos, los temas tecnológicos obtienen un 17%, los temas científicos un 10% y los antropológicos un 10%.



En cuanto a la selección del tema, el 67% de los estudiantes señala que sea por elección libre mientras que el 33% de los estudiantes no responde.

Una vez realizado el análisis por estratos, es importante tener un conocimiento global de esta información, pues de aquí va a depender lo que se puede o no publicar en la revista digital Arkhé estudiantil. De esta manera podemos presentar la siguiente información: En cuanto a qué temas quisieran realizar, el 70% prefiere los temas de cultura, el 27% prefiere los temas educativos, el 22% prefiere los temas tecnológicos, el 13% temas antropológicos y el 1% temas deportivos. En lo referente a la selección del tema, el 66% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre, el 4% de los estudiantes espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 30% de los estudiantes no responde.

Por consiguiente, podemos decir que los temas que en principio va a permitir Arkhé son los temas culturales, seguido de temas educativos. Asimismo se realizará divulgación científica y tecnológica, además se permitirán otros temas de acuerdo a los objetivos de la revista. Lo temas que no se podrán realizar, de momento, son los deportivos y de opinión.

➤ **Décima pregunta**

**¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?**

Esta pregunta fue planteada con el objetivo de incentivar más a los estudiantes a realizar trabajos de calidad para publicarlos en Arkhé. Además queríamos conocer si ellos desean realizar aquí sus prácticas profesionales para luego proponérselo a los profesores o autoridades de la Carrera de Comunicación Social, de manera que ellos decidan si es factible o no esta propuesta.



El 100% de estudiantes de los segundos ciclos espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales. En el caso de los cuartos ciclos, el 97% de los estudiantes espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales. Mientras que el 3% no desea. En los sextos ciclos, la respuesta es similar pues el 97% de los estudiantes espera poder realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales en la revista Arkhé, mientras que el 3% dice no quererlo. Por su parte los estudiantes de los novenos ciclos afirman que el 97% quisiera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales, mientras que el 3% no esperaría hacerlo.

Los datos globales arrojan la siguiente información: el 98% de los estudiantes de Comunicación Social espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales, mientras tanto el 2% no desea realizar estas actividades en la revista. En consecuencia, la creación de la revista Arkhé será un espacio idóneo para que los estudiantes adquieran práctica.

Por lo tanto, la aplicación de encuestas fue un punto trascendental para la creación de la plataforma web y la elaboración de los parámetros de calidad y línea editorial de la revista digital estudiantil Arkhé.

### **1.8 Aplicación e interpretación de entrevistas de profundidad**

Con la intención de recabar y entender cuál es el punto de vista de los docentes acerca de la importancia de realizar publicaciones académicas y crear un espacio que lo sustente, se ha realizado entrevistas a cuatro profesores de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca a quienes se les planteó diez preguntas de carácter cualitativo. Los docentes que intervinieron en las entrevistas son: Magister. Hugo Humala Rojas Director de la Carrera de Comunicación Social; Magister. Wilson Gárate Andrade, docente



en la Carrera de Comunicación Social y Director de Radio Universitaria; Magister. Cecilia Molina, docente de la Carrera de Comunicación Social; y PHD. Napoleón Almeida, etnólogo, docente y Director de la Carrera de Historia y Geografía. Los datos obtenidos en las encuestas fueron la base fundamental para la creación de la revista académica Arkhé. Para efectos de organización, la interpretación de las preguntas se hará en pares, ya que sus datos son similares.

### 1.8.1 Interpretación y análisis cualitativo de las entrevistas

➤ Interpretación de las preguntas 1 y 2

**¿Es importante para un docente realizar publicaciones?**

**¿Conoce de espacios para publicación, como revistas académicas en nuestra facultad y universidad?**

En las preguntas 1 y 2 de las entrevistas intentamos revelar el punto de vista del docente sobre si es importante o no publicar en revistas académicas. También se busca saber si los profesores conocen medios de difusión en la facultad en donde desempeñan sus labores. Al ser preguntas abiertas implica que la respuesta podría constar de amplias razones y fundamentos.

Ante la pregunta ¿Es importante publicar? todos los entrevistados respondieron afirmativamente. Las palabras referidas a la afirmación son: necesario, imprescindible y fundamental.

Las respuestas de los entrevistados han concordado en cuatro razones: exigencia, experiencia, aporte y escalafón institucional. En lo referente a la exigencia, las publicaciones permitirán viabilizar y mejorar las capacidades de los docentes, lo cual conlleva a la difusión de resultados. Este hecho permite al docente acostumbrarse a escribir para luego realizar artículos y publicarlos. De este modo, los docentes se exigirán más a ellos mismos por aprender y desarrollar habilidades de escritura académica. Esto también puede ser



aplicado a sus alumnos, a quienes también se les implantaría la exigencia como un factor importante para la realización de trabajos de calidad o “publicables”.

En cuanto a la experiencia, publicar significa tener beneficios personales y profesionales, de tal manera que el autor consiga un crecimiento o avance sistemático de conocimientos y de práctica profesional pedagógica, en nuevas áreas como la de investigación y publicación. Por consiguiente, publicar implica aportar. Esto significa que, una publicación trae consigo un beneficio en el escalafón social. Al definir la publicación como el hecho de “compartir lo que se sabe”, permite el crecimiento personal y a su vez viabilizar a otros expertos y a nuevas líneas de investigación.

En cuanto al escalafón institucional, las publicaciones posibilitan observar la calidad de profesionales que prepara. De ahí que una institución gane o pierda privilegio, es decir el recorrido de niveles categóricos.

Por otra parte, los entrevistados concuerdan que una excelente opción para que los docentes y estudiantes se instruyan acerca de escribir y crear artículos “publicables”, es la vinculación al área de investigación a través de los departamentos encargados en esta rama y que pertenezcan a cada facultad. De igual manera señalan que otra opción de vincularse, también al área de investigación, es a través de estudios superiores de postgrado, máster o doctorado. Para ellos, estos espacios viabilizan de forma significativa el ejercicio de nuevos conocimientos acerca de investigar, escribir y difundir. En ese sentido, los estudios superiores permite repensar a la publicación ya no como la entrega del “informe final sino como el penúltimo paso de la investigación, siendo que la investigación finaliza sólo cuando ésta ha servido de referente para otra. Es decir, que el objetivo de toda investigación al ser publicada es su aporte y su utilidad.

Para los docentes, los espacios adecuados para realizar la publicación de trabajos son las revistas indexadas y también las no indexadas. La publicación



en revistas académicas les otorga un grado de jerarquía a los autores e instituciones pertenecientes, debido a la exigencia y rigurosidad de sus artículos. Por otra parte, los profesores señalan que el hecho de que una revista no sea académica no incide en la calidad de sus contenidos, pues no implica que sea inferior. Además sostienen que la finalidad de publicar es ejercitar el conocimiento adquirido sea para un medio u otro. Por ello, los docentes mencionan que, en la Universidad, sí existen revistas dirigidas a docentes e investigadores como Maskana, Pucara y Anales. Además señalan espacios que promueven la investigación LactaLab y PROMAS. Sin embargo, mencionan no conocer espacios disponibles en donde los estudiantes realicen sus publicaciones, señala haber escuchado sobre la existencia de espacios que publican boletines o de revistas en las Facultades de Ciencias Médicas, Ciencias Económicas y Arte, pero no en la Facultad de Filosofía.

En conclusión, los docentes concuerdan en un punto fundamental que resumen la frase mencionada por Napoleón Almeida y que es muy usada en universidades francesas “publier ou périr” que significa “publique o perezca”. En consecuencia, sintetiza la importancia que implica publicar todo, en uno u otro medio, aún más si es una investigación puesto que, en palabras de los docentes, si se realiza una investigación y no se publica no tiene sentido investigar. “Toda investigación concluye con el ejercicio de la publicación”.

➤ Interpretación de las preguntas 3 y 4

**¿Ha realizado, realiza o piensa realizar alguna publicación para algún medio institucional, como una revista científica?**

**¿Qué es necesario para que un estudiante, docente o investigador realice publicaciones?**

En las preguntas 3 y 4 de las entrevistas, intentamos evidenciar los antecedentes y experiencia de los docentes en la realización de publicaciones y sus reflexiones acerca de qué herramientas son necesarias para publicar.



Ante la pregunta ¿Ha publicado o está por publicar? Los docentes respondieron que ya han realizado alrededor de dos o tres publicaciones en promedio. Publicaciones del resultado de investigaciones al cursar sus estudios de postgrado, máster y doctorado. Tres de los cuatro docentes entrevistados tienen ya experiencia publicando dentro y fuera de la universidad. Sólo un docente de los cuatro entrevistados, no ha realizado ninguna publicación científica, pero actualmente está llevando a cabo su primera investigación.

Wilson Gárate Andrade, ha realizado tres publicaciones en revistas académicas fuera de la institución universitaria. Una sobre aplicaciones de internet y uso que los estudiantes le dan; una publicación compartida de un libro de recopilaciones de ponencias de un Congreso en Loja, sobre Equidad de Género y Violencia Contra la Mujer.

Cecilia Molina, explica que fuera de la institución universitaria ha realizado publicaciones acerca de consultoría particular. Menciona que está muy interesada en realizar publicaciones en Arkhé, pensando en la rigurosidad y exigencia que eso implicaría.

Mientras tanto, Napoleón Almeida, columnista en el Mercurio, ha colaborado con algunos artículos a la revista Pucara y Cabeza de gallo de la Asociación de Profesores y ha colaborado con el Instituto de Investigación Sanitaria con proyectos de investigación. Ha dirigido la investigación de cinco espacios prehistóricos ecuatorianos, en convenio con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y la Carrera de Historia y Geografía. Además, ha dirigido un estudio patrocinado con el CONUEE y la UDA. Participó en el proyecto binacional franco ecuatoriano como contraparte en Ecuador, con el que cursó su doctorado. Esta publicación forma parte de la Obra General de Sellaje de Investigación, el mismo que se ha incluido al volumen de una investigación extranjera.

Al plantear la pregunta ¿qué se necesita para publicar? todos los docentes concluyen en una necesidad: la preparación.



El licenciado Wilson Gárate por ejemplo, menciona que es importante fomentar y estimular al docente que escriba y publique, puesto que es fundamental que la misma institución a través de la estructura del cuerpo administrativo fomente, permita, faculte y capacite a los profesores para que adquieran la destreza de investigar y publicar sus resultados, ya sea en seminarios, talleres o cursos que refieran el tema. Esta idea lo retoma Napoleón Almeida, al mencionar que es sustancial prepararse para escribir académicamente, pues los lectores también serían públicos no especializados, y por ende publicar los resultados de una investigación requiere un léxico y términos que todo público pueda entender sin dificultad alguna. El investigador con su trabajo espera aportar al conocimiento global, en la medida en que se beneficie el que escribe como el que lee. El Magister. Hugo Humala, añade que la preparación y la vinculación, tanto de docentes como estudiantes, a los grupos de investigación es importante, pues allí es donde se pueden aprender las técnicas y métodos de investigación. Finalmente, Cecilia Molina, concluye mencionando que estos espacios son importantes para el crecimiento potencial del conocimiento redaccional del docente y el estudiante, en cuanto al esfuerzo y rigor que implica la escritura académica.

➤ Interpretación de las preguntas 5 y 6

**¿Cree que los profesores publican en nuestra universidad por interés personal por el cumplimiento de reglamentos educativos?**

**¿Con la implementación de reglamentos de la SENESCYT, cree que ha aumentado las publicaciones?**

En las preguntas 5 y 6 de las entrevistas intentamos revelar cuán interesados están los docentes por realizar investigaciones. Además, las preguntas pretenden mostrar si hay interés personal por publicar libremente o lo hacen por el cumplimiento de normas educativas obligatorias de las universidades. Esto nos lleva también a conocer si la elaboración de investigaciones se ha incrementado o no, luego de implementar la normativa de una publicación por año a cada docente.



Ante la pregunta ¿Los docentes publican por interés personal o por cumplir con el reglamento? Los entrevistados consideran que las investigaciones las realizan por interés personal. Hugo Humala, menciona que en principio puede asimilarse que los profesores realicen publicaciones por cumplir con las normativas implementadas por la SENESCYT, pero una vez que un docente realiza su primera publicación, como es su caso, tienen un acercamiento más profundo sobre la realización de proyectos investigativos, lo que los hace a interesarse cada vez más, hasta notar la real importancia de esta actividad académica. Hugo Humala, menciona que al publicar “termina encontrando gusto y satisfacción por lo realizado, y lo lleva a animar a más docentes a realizar investigaciones o artículos académicos”.

Mientras tanto, Napoleón Almeida, señala que el interés por publicar ha crecido gracias a que el docente ha realizado estudios superiores como postgrados, masterados o doctorados, lo cual permite observar la importancia real de investigar o escribir artículos en revistas académicas o científicas. Cecilia Molina, afirma que ese acercamiento tiene que ver con el aprendizaje que han tenido sobre el proceso de documentación. Para Molina, publicar puede ser también una traba, ya que para ello se requiere exigencia y rigurosidad, y sólo quienes están vinculados al área de investigación son preparados y animados para realizar publicaciones, pero el resto de docentes no cuenta con las mismas condiciones. Finalmente, Wilson Gárate, menciona como ejemplo que en la Carrera de Comunicación Social, seis docentes PHD están dedicados a realizar investigaciones para revistas indexadas y un libro. Lo cual refleja el creciente interés que tienen los docentes por continuar generando publicaciones.

Ante la pregunta ¿ha aumentado las publicaciones, por el reglamento implementado? Todos los docentes creen que es notable el aumento de publicaciones en toda la universidad, pero que va de la mano en principio del interés personal del docente y que se debe en parte a la motivación de la SENESCYT, al implementar el reglamento que lo sugiere. Mientras tanto,



Napoleón Almeida, considera que las revistas han existido desde hace muchos años y que pensando en ello puede notar que existe un incremento de las publicaciones a través del interés. Hugo Johnson Humala y Cecilia Molina, creen que si ha dado un incremento de las publicaciones investigativas en la medida en que la motivación ha ido creciendo en los profesores.

Es importante señalar que para los docentes, la mejor manera de incrementar el número de publicaciones es a través del interés, el mismo que puede fomentarse con la vinculación del docente a espacios que promuevan y generen investigación. Si bien es cierto se debe incentivar a la rigurosidad y calidad de los trabajos, no obstante advierten que éstas exigencias pueden significar una traba al docente que no esté vinculado a los procesos de investigación. En este sentido, estar vinculados a las áreas de investigación dará mayor oportunidad al docente frente a quienes no están participando en tales proyectos.

➤ Interpretación de las preguntas 7 y 8

**¿Considera que las universitarias del Ecuador están a la par de otras universidades en cuanto a publicaciones en revistas académicas se refiere?**

**¿Están preparados y dispuestos los estudiantes y profesores para publicar?**

En las preguntas 7 y 8 de las entrevistas procuramos evidenciar si la universidad, está a un buen nivel académico para preparar y estimular al docente y estudiante a las realizaciones. Por otro lado, queremos conocer las capacidades que tienen los estudiantes en cuanto a realizar investigaciones para revistas académicas o científicas.

Ante la pregunta ¿está preparada la Universidad? Los docentes dijeron que la universidad está todo el tiempo en ese proceso. Máster Wilson Gárate, advierte



que existe un déficit, en cuanto a la difusión de una o dos publicaciones anuales requeridas y reglamentadas por la SENESCYT, por parte de docentes. Este déficit, explica Gárate, está fundamentado en un inconveniente burocrático “tardan mucho tiempo en formalizar los pares ciegos que puedan revisar y advertir qué publicaciones siguieron el trámite de evaluación, revisión, edición y publicación del texto”. Mientras que Almeida, considera que la Universidad está en un proceso importante al permitir que los profesores realicen su profesionalización con doctorado sin inconvenientes, puesto que para él ese nivel de educación concibe la investigación como fundamento, lo cual confiere importancia a la realización de publicaciones. Otro factor importante que menciona Hugo Humala, es el hecho de que a raíz de la calificación de las universidades, autoridades y profesores han profundizado en la importancia de realizar publicaciones periódicas, desde ese momento han incrementado notablemente las investigaciones académicas por parte de los docentes. Finalmente, Cecilia Molina, señala que es esencial para la universidad fomentar la investigación a través de la creación de departamentos dirigidos y propuestos al desarrollo de trabajos investigación y difusión. Un aspecto importante para la profesora, es que cada facultad necesita una mejor coordinación de difusión de las actividades que en ella se realizan y aquí menciona a las revistas estudiantiles como un punto fundamental.

Ante la pregunta ¿están capacitados los docentes y estudiantes para publicar? Los entrevistados consideran que los docentes de la universidad están dispuestos a realizar publicaciones, pero que están en el proceso de preparación para realizar publicaciones. Cecilia Molina y Wilson Gárate, concuerdan en que, docentes y estudiantes -estudiantes motivados - vinculados a las áreas de investigación como asistentes, tienen mayores posibilidades de publicar, ya que el ejercicio permanente en esta área permite tanto al estudiante como al docente adquirir capacidades para la recolección de información, análisis y redacción de la información. Hugo Humala, menciona que los profesores están haciendo un esfuerzo por revelar o mostrar los resultados de su investigaciones realizadas en conjunto con estudiantes,



explica que “es importante vincular al estudiante en el equipo de trabajo, con el objetivo de que atienda cuales son los requerimientos, estrategias o métodos para realizar una investigación y publicarla”. Con ese objetivo se ha implementado la materia de expresión oral y escrita en carreras desvinculadas al área de difusión, como Comunicación Social, para habituar al estudiante universitario a la necesidad de leer y escribir.

Napoleón Almeida, por otro lado, asegura que existe un real esfuerzo de parte de los profesores por considerar a la investigación y publicación como algo importante. Esto debido a que han cursado estudios superiores como un máster o un doctorado, en donde el estudiante puede concebir a la investigación y publicación como fundamental. Los profesores consideran que el estudio superior permite entender también que la publicación trae un beneficio, además del escalafonario, el cual permite al investigador hacer conciencia de que su trabajo es un aporte al conocimiento y desarrollo.

Es importante recalcar que la licenciada Molina, menciona que a la Carrera de Comunicación Social, le hace falta motivación. Explica que existen trabajos excelentes a nivel de cátedra, pero no hay el suficiente interés por publicarlos. Por ello, menciona que es importante pensar en los espacios o medios propios que defina políticas de artículos o documentos científicos que vayan ser publicados. Saber que existe un espacio para los trabajos de estudiantes, implicaría al docente reorientar el trabajo con los estudiantes y poner las reglas del juego, como por ejemplo: las temáticas que el medio permita abordar. En definitiva sería estimulante para los estudiantes saber que su trabajo va a ser publicado y avalado por la universidad, lo que les llevaría a realizar trabajos e investigaciones de calidad.

➤ Interpretación de las preguntas 9 y 10

**¿Qué métodos o estrategias podrían implementar los docentes para animar y preparar a sus estudiantes?**

**¿Es necesaria la creación de un espacio para realizar publicaciones?**



En las preguntas 9 y 10 de las entrevistas procuramos evidenciar cuáles serían, para los docentes, los métodos y estrategias pertinentes para preparar y animar a los estudiantes a publicar sus trabajos realizados en las aulas de clase. Por consiguiente, intentamos descubrir si crear un nuevo espacio apoyaría el proceso de aprendizaje y motivación.

Ante la pregunta ¿qué métodos podrían animar y preparar al estudiante? Los docentes señalan que es indispensable para ellos explicar a sus estudiantes cuál es la importancia de publicar, cuáles son los modelos y estrategias de la investigación. Señalan que es necesario que en cada cátedra se dicte materias dedicadas a la difusión de investigación y consideran que los profesores están en la obligación de explicar y hacer entender a sus alumnos las estrategias de construcción de trabajos académicos y de esa forma animarlos a realizar publicaciones e integrarse dentro grupos de investigación, con el fin de desarrollar sus habilidades.

Los entrevistados creen que no hay mejor método que el ejemplo. Es decir, que para que un docente solicite, sugiera o anime a un estudiante a publicar, él debería estar trabajando en una publicación igual, pues es importante que la formación del estudiante esté guiada del ejemplo del profesor. También sugieren que “si hubiese profesores habituados a escribir permanentemente, habría posibilidad de realizaciones masivas con los estudiantes”. Finalmente señalan que un sencillo ejercicio como ir con los alumnos a trabajos de campo, animaría sobre manera a sus estudiantes.

Otra estrategia importante para los docentes, es contar con un medio de comunicación propio. De tal forma que permita organizar la cátedra de cada maestro en función de lo que se vaya a publicar en el medio. Por lo tanto, el estudiante se sentirá motivado desde el comienzo de las clases, desde el primer día a trabajar en pos de su artículo.

Crear un medio de comunicación o un espacio para difundir trabajos, es importante en la medida en que quienes participen en él sean estudiantes y



docentes, que puedan generar conocimientos a través de la práctica. El hecho de que los alumnos sepan que sus trabajos serán publicados en un medio de la Carrera o de la Facultad, les animará a empezar sus propias investigaciones. En ese sentido, es importante crear la revista Arkhé porque es un medio destinado al proceso enseñanza-aprendizaje, en donde estudiantes y docentes lleven a cabo investigaciones y perfeccionen sus habilidades con la práctica y realización de trabajos, lo cual es un incentivo para que cada cierto periodo los estudiantes estén realizando trabajos que puedan ser publicados.



## CAPÍTULO III



## CAPÍTULO III

### 1 Creación de la revista digital de carácter académico y estudiantil Arkhé

#### 1.1 Origen y significado de la palabra Arkhé

La palabra griega Arkhé también conocida como Arjé o Argé, en un término filosófico que traducido al castellano significa “principio”. El Arkhé por lo tanto, es el elemento del cual están compuestas todas las cosas. *En el blog El Arkhé: La raíz del pensamiento filosófico sinarquista*, escrito por el Movimiento Nacional Sinarquista, se muestra que el Arché se caracteriza porque está en el principio temporal y de él se genera todo, y porque “es el elemento constitutivo de toda la realidad y determina las características y los procesos a los que está sometido todo lo que existe”.

Marcelo Vásconez, profesor de filosofía de la Universidad de Cuenca, ha colaborado con este proyecto realizando un acercamiento más profundo a la palabra Arkhé y para ello dice haber sintetizado la información proporcionada por Eusebio Hernández y Félix Restrepo, en su libro *Llave del griego* (Berlin, Herder, 1921: 101,102). Y señala que “Para llegar a una comprensión suficientemente rica del sustantivo griego ἀρχή g (Arché, en transcripción latina), conviene considerar los significados de su raíz verbal: ἀρχω. El verbo tiene dos sentidos: **A. 1:** “ser el primero ó principal >2.mandar”. **B. 1:** “hacer por primera vez >2.comenzar” (Marcelo Vásconez)

Para entender mejor este concepto y apreciar de una mejor manera los diferentes matices verbales el profesor Vásconez, pone los siguientes ejemplos:

Primer ejemplo: A.1. Se origina el prefijo arji-, el principal. Arquitecto = el que dirige los trabajos. Arquidiócesis (diócesis = administración), arcángel.

Segundo ejemplo: A.2. Proviene: arconte = gobernador, el primer magistrado de Atenas; archivo= “lugar en que se guardan los documentos públicos tocantes al gobierno”; y los sufijos -arjos, -arjes, en el sentido de príncipe, el que manda, como en monarca, patriarca = jefe de una familia,



jerarca = jefe de los sacerdotes; además del sufijo -arjia, que aparece en monarquía, anarquía ( $\alpha$  privativa), oligarquía.

El sustantivo arjé, conforme a esta vertiente A de acepciones, hereda el sentido de autoridad, magistratura. Pero también incluye otros componentes que se generan de la vertiente B, cuyo núcleo vehicula la idea de prioridad; así, arjé pasa a significar principio, comienzo. Dos derivaciones de este último sentido son: arcaico = primitivo, antiguo; arcaísmo = lenguaje anticuado; y arquetipo = modelo original. (Marcelo Vásconez)

Como se ha podido ver en el concepto antes expuesto, Arkhé evoca el comienzo o el principio de algo. Es el primer elemento, el que dirige, el elemento principal. De igual manera en la historia de la filosofía se puede evidenciar que el estudio del Arkhé era una de las más importantes preocupaciones para los filósofos presocráticos (antes de Sócrates) ya que según el Movimiento Nacional Sinarquista, el Arkhé tenía las siguientes características:

Principio temporal: realidad situada en el principio de los tiempos, a partir de la cual se generó todo lo existente.

Constitutivo último de lo real: elemento que se encuentra en todas las cosas, por tanto común a todas ellas; es constitutivo "último" porque no se encuentra en la "superficie" de las cosas, en lo visible o experimentable por los sentidos: por ejemplo, el agua, ya que de este elemento se deriva la vida de muchos seres.

Elemento que determina el ser propio de cada ente: las características de todo objeto están determinadas por el principio del cual está compuesto.

Es así que cada uno de los filósofos presocráticos, se empeñó en descubrir cuál era el Arkhé, y propuso una sustancia como constitutiva del Universo. Tales de Mileto propuso el agua como el Arkhé, para Anaximandro el Arkhé era el Apeiron (lo indeterminado), mientras que para Anaxímenes fue el Aire y para Heráclito era el Fuego. (Movimiento Sinarquista: 1)



Como hemos podido ver el concepto de Arkhé evoca al inicio, al principio de todas las cosas, y en base a esto surge la idea de poner este nombre a nuestra revista digital. La revista Arkhé será la primera revista digital de la Carrera de Comunicación Social, la misma que busca ser el primer medio de comunicación propio de publicación tanto para los estudiantes como para los profesores de la carrera de Periodismo y de Relaciones públicas, así como también de las distintas carreras de la Facultad de Filosofía que deseen ser parte de este proyecto y aportar con trabajos universitarios de investigación, los mismos que serán una referencia para otros estudiantes.

## **1.2 Elaboración de las bases de la revista**

Al crear la revista digital Arkhé es importante tener claro cuál es la ideología de este medio de comunicación, es decir, sus intereses, lo que va a publicar y lo que no publicará. De igual manera es indispensable delimitar el conjunto de valores y principios que la definirán como: características básicas, características de presentación de la revista, gestión y línea editorial, normas de publicación, normas de estilo, características de contenido, entre otros aspectos importantes. Al tener definidos todos estos elementos, Arkhé podrá ser en un futuro considerada como una revista de prestigio a la cual, tanto estudiantes como docentes podrán acudir con la seguridad de encontrar material y fuentes de calidad.

La plataforma Arkhé ha sido creada en base a la necesidad de tener un medio propio para la Carrera de Comunicación Social, en donde tanto docentes y estudiantes, puedan publicar investigaciones científicas, investigaciones estudiantiles y demás trabajos que aporten en la generación de nuevos conocimientos. La plataforma Arkhé contendrá dos productos: una revista Académica y otra Estudiantil. Ambas revistas derivan de un mismo nombre, sin embargo son independientes, pues los parámetros con los que han sido creadas, sus normas de estilo, normas de publicación, su presentación y su contenido difieren una de otra.



La revista universitaria digital Arkhé por lo tanto, tendrá dos espacios: el uno académico y el otro estudiantil.

A) En el ámbito académico la revista busca contar con los mismos parámetros de una revista de calidad, por ello Arkhé intentará cumplir con los 36 criterios propuestos por LATINDEX, <sup>5</sup> para la creación y gestión de revistas académicas electrónicas. La revista académica Arkhé, podrá ser indexada a la base de datos de revistas electrónicas de Latindex, después de un año (tiempo mínimo) de que se haya publicado en ella, de manera puntual y periódica. La base de datos de las revistas electrónicas de Latindex está disponible desde 2002, esta permite que todas las investigaciones que se encuentren en el directorio sean localizadas automáticamente, además brinda información sobre el artículo en línea y permite el acceso completo al mismo. Según el portal de Latindex, hasta octubre de 2012, contaba con más de 4.600 títulos y cada día este número aumenta conforme las revistas van insertándose en el catálogo. Por consiguiente, y con miras a una posible indexación, todos los lineamientos, normas de publicación y estilo de Arkhé, estarán basados en los criterios propuestos por Latindex. Pues, en el futuro sería un gran logro estar dentro de la base de datos de este sistema regional de información, ya que su objetivo es “difundir, hacer accesible y realzar la calidad de las revistas académicas que se publican en Iberoamérica” (Latindex)

B) En el ámbito Estudiantil.- Las características, los lineamientos o las normas de publicación de los trabajos e investigaciones que se publicaran en la sección estudiantil de la revista Arkhé, han sido creadas en base a las necesidades de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. Para poder conocer cuáles eran sus necesidades, se realizó una encuesta a 134 estudiantes, quienes dieron pautas importantes para crear y definir a la revista Arkhé. Con la encuesta se pudo obtener mucha información relevante entre la que podemos

---

<sup>5</sup> Sistema de Información sobre las revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural que se editan en los países de América Latina, el Caribe, España y Portugal.



mencionar tres puntos significativos para la revista: En primer lugar, se confirmó la importancia y necesidad de crear un medio de comunicación propio. En segundo lugar, sirvió de margen para la delimitación de los temas y contenidos a publicar. Y en tercer lugar, arrojó datos relevantes a cerca del interés de los estudiantes por participar y dar a conocer sus trabajos en una revista que pide exigencia y calidad.

En la revista estudiantil, podrán publicar los alumnos que posean un alto nivel de escritura e investigación o bien conocimientos en la elaboración de reportajes, ensayos, documentales, divulgación científica o tecnológica, literatura, entre otros. Y que deseen dar a conocer sus trabajos universitarios, realizar las prácticas pre-profesional o sesenta horas de servicio académico. Los trabajos pueden ser presentados en texto, audio, video y fotografía, deben ajustarse a la línea editorial propuesta por Arkhé.

### **1.3 Misión y visión de la revista universitaria digital Arkhé**

#### **1.3.1 Misión**

La revista digital académica - estudiantil Arkhé, es el primer medio electrónico creado para la Carrera de Comunicación Social. Ésta, integra la participación de estudiantes y docentes, quienes voluntariamente publicarán sus trabajos universitarios e investigaciones científicas, con la finalidad de ampliar el conocimiento tanto en el espacio universitario como fuera de él.

#### **1.3.2 Visión**

La revista digital académica y estudiantil Arkhé, busca llegar a consolidarse como la primera y principal revista de la Carrera de Comunicación Social. Además, busca estar dentro de la base de datos de sistemas de información internacionales como Latindex. Por consiguiente, todos los artículos que en ella publiquen serán de carácter investigativo y estarán arbitrados por un Consejo Editorial, el cual garantizará la calidad del contenido de Arkhé.



## **1.4 Sostenibilidad y Sustentabilidad de la revista Arkhé**

### **1.4.1 Sostenibilidad**

El proyecto es sostenible debido a que se encuentra en un sitio web, bajo el dominio de la Universidad de Cuenca, lo cual garantiza su perdurabilidad. La revista no generará gastos económicos. Además tendrá continuidad en el tiempo, ya que los miembros del Comité Editorial serán los encargados de mantenerla funcionando, mientras que los profesores y estudiantes publicarán en ella según la periodicidad establecida.

### **1.4.2 Sustentabilidad**

El proyecto es viable y ejecutable, pues todo el material que se necesita para la alimentación y la publicación de los diferentes números de la revista, se obtendrán de estudiantes y profesores quienes continuamente están generando información. Además las normas y políticas establecidas por Arkhé, garantizan que los autores utilicen todos los recursos disponibles para elaborar material de calidad.

## **1.5 Lineamientos editoriales generales**

### **1.5.1 Nombre de la revista**

El nombre de la revista es Arkhé, un término fácil y sencillo de recordar. Este proviene del término filosófico latín Argé, Arjé, que en español significa principio. Evoca al principio de todas las cosas.

Lo hemos elegido, ya que con este se intenta establecer el primer medio propio de la Carrera de Comunicación Social, que relacionará a estudiantes y a académicos, quienes serán los autores y productores de la revista. Los estudiantes por primera vez tendrán una revista para ellos y hecha por ellos.



### **1.5.2 Cumplimiento de la periodicidad**

La revista Arkhé, tendrá dos publicaciones por año. Cada ejemplar será publicado cada seis meses, en marzo y septiembre. Fechas en las que los estudiantes y profesores retoman clases y podrán ver sus artículos, al mismo tiempo que será un incentivo para que nuevas investigaciones y trabajos surjan.

La convocatoria para quienes deseen publicar se hará en la página de Arkhé y ésta, estará habilitada durante los meses de: octubre, noviembre, diciembre y enero, fechas en las que los estudiantes y profesores podrán enviar sus trabajos, los cuales conformarán la primera publicación del mes de marzo, tanto de la revista académica como de la estudiantil. Los trabajos y artículos podrán ser enviados hasta dos meses antes de su publicación, los que no estén dentro del plazo permitido quedarán para la siguiente entrega.

Posteriormente se volverán a recibir trabajos en los meses de abril, mayo, junio y julio, para los ejemplares de septiembre. Se debe aclarar a los estudiantes y profesores, que sus trabajos serán evaluados conforme lleguen al correo de la revista.

Por lo tanto, la tercera semana de marzo y la tercera semana de septiembre la revista Arkhé, estará disponible en su sitio web. Ésta podrá verse a través de una computadora, pero también mediante cualquier aparato tecnológico como tablas electrónicas, celulares, entre otros, pues esta contará con una aplicación móvil, lo que la hará más rápida y accesible. Se espera que el primer ejemplar sea publicado en septiembre de 2016 o marzo de 2017.

### **1.5.3 Público destinatario**

El público al cual está dirigida esta revista es a estudiantes y profesores. En primera instancia el público destinatario serán los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca. Sin embargo, también busca llegar a más estudiantes de la universidad, cuyos intereses estén basados en el ser humano, sus relaciones y la comunicación.



### 1.5.4 Tipo de licencia

La revista universitaria Arkhé, será de acceso libre y gratuito, Open Access (OA). Esto quiere decir, que se depositará la información en la red, de manera que cualquier usuario puede leer el texto completo de los artículos, imprimirlos, descargarlos, copiarlos, enlazarlos, distribuirlos y usar sus contenidos para otros fines<sup>6</sup>. La única condición es que debe citar a la fuente: al autor del texto. Las licencias CreativeCommons, permiten establecer los derechos de uso y distribución de una revista de acceso abierto disponible en Internet, de tal manera que los usuarios conocen claramente cuáles son las reglas y saben cómo utilizar la información. Con la combinación de cuatro condiciones se generan seis tipos de licencias diferentes, las cuales se encuentran en la página principal de CreativeCommons y que a continuación citaremos.

 Atribución CC BY	Esta es una de las licencias más flexibles. Permite a los usuarios distribuir, utilizar, modificar y crear obras derivadas de la original, inclusive con fines comerciales, siempre y cuando se reconozca al autor.
 Atribución Compartir-Igual CC BY-SA	Esta licencia permite a los usuarios distribuir, utilizar, modificar y crear obras derivadas de la original, inclusive con fines comerciales, siempre y cuando, el material generado se comparta con una licencia idéntica a la de la obra original y se reconozca al autor
 Atribución-SinDerivadas CC BY-ND	Esta licencia permite al usuario utilizar la obra, inclusive con propósitos comerciales, sin embargo no le permite realizar obras derivadas a partir de a original.

<sup>6</sup> Para conocer más sobre la Licencia de CreativeCommos en Ecuador puede acceder a la siguiente dirección: <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/ec/legalcode>. Aquí, obtendrá más datos sobre el uso y distribución de la información.



 Atribución- NoComercial CC BY-NC	Con esta licencia se permite distribuir, utilizar, modificar y crear obras derivadas de la original, siempre y cuando no se persiga ningún fin comercial y se reconozca al autor.
 Atribución- NoComercial- CompartirIgual CC BY-NC-SA	Permite distribuir, utilizar, modificar y crear obras derivadas de la original, siempre que se reconozca al autor, se comparta con una licencia igual a la de la obra principal y no se persiga fines económicos
 Atribución- NoComercial- SinDerivadas CC BY-NC-ND	La obra original puede ser utilizada libremente siempre y que se reconozca al autor. Pero no se puede realizar obras derivadas de la original ni tampoco si se persigue beneficios comerciales.

Para elegir la licencia con la que contará la revista Arkhé, accedimos a la dirección <http://creativecommons.org/choose/> y seleccionamos la más adecuada a nuestros intereses. De manera que todos los trabajos que se presenten en la revista Arkhé, estarán bajo la siguiente licencia:

Atribución Compartir-Igual CC BY-SA. Esta licencia permite a los usuarios distribuir, utilizar, modificar y crear obras derivadas de la original, inclusive con fines comerciales, siempre y cuando, el material generado se comparta con una licencia idéntica a la de la obra original y se reconozca al autor.

El imagotipo de la licencia CrativeCommos que utiliza Arkhé, aparece al pie de

la página principal y es el siguiente: 



## **1.6 Creación de la línea editorial de la revista Estudiantil Arkhé**

### **1.6.1 Cobertura temática**

La revista estudiantil Arkhé se caracterizará por ser un medio de comunicación en donde prime la investigación. Los artículos y demás trabajos que en ella se publicarán deben ceñirse a temáticas que correspondan al área de la Comunicación Social, la cual comprende el estudio de fenómenos sociales vinculados a la comunicación, como el Periodismo. No obstante, los trabajos de investigación de los estudiantes, podrán estar abordados desde otras disciplinas como la Antropología Social, la Sociología, la Sociolingüística, la Psicología Social, la Semiótica, Relaciones Públicas, entre otras, siempre que éstas estén relacionadas con los fenómenos de la comunicación. De igual manera, se permitirán trabajos de Ciencia y tecnología, en los casos de realizar divulgación científica.

### **1.6.2 Idioma**

Todos los trabajos y artículos que se publicarán en la revista estudiantil Arkhé, serán realizados en español.

### **1.6.3 Formato de la revista**

El formato en el que se publicará la revista será electrónico, es decir que únicamente cuenta con una versión digital y no impresa. El formato electrónico fue pensado en la facilidad de acceso de los estudiantes a ella, puesto que hoy es más fácil ingresar a Internet antes que acceder a una revista impresa. De igual manera se ha pensado en lo económico, pues su coste para la producción, distribución y adquisición de la misma, se ve reducido notablemente mientras que la difusión es significativa. Además el hecho de poder romper las barreras geográficas con un solo clic, es beneficioso para la revista, ya que un texto puede ser leído en cualquier parte y a cualquier hora.



#### 1.6.4 Formatos de los trabajos estudiantiles

Los formatos en los que se receptorán los trabajos de los estudiantes serán los siguientes:

Texto.- Artículos, reportajes, ensayos, perfiles, crónicas y entrevistas.

Audio.- Cápsulas radiales, reportaje y entrevistas.

Video.- Documentales, cortometrajes, reportajes y notas.

Fotografía.- Ensayos, reportajes y galería.

#### 1.6.5 Tipo de licencia

Los textos publicados estarán bajo la licencia CreativeCommons Ecuador, “Atribución Compartir-Igual CC BY-SA”.<sup>7</sup> Licencia que ya explicamos anteriormente.

#### 1.6.6 Comité Editor

El Consejo Editorial, es el grupo de profesores, académicos o de especialistas en la disciplina que cubre la revista y son seleccionados por su experiencia. Ellos proponen y asesoran al Editor para un mejoramiento continuo de la publicación y en la toma de decisiones. En el caso de la revista Arkhé, el cargo de director de la revista será asumido por Máster Wilson Gárate Andrade.

##### 1.6.6.1 Roles de los responsables de la revista

Los cargos que mostraremos a continuación han sido tomados del texto *Guía de buenas prácticas para Revistas Académicas de Acceso Abierto*, escrito por Alejandra Rojas y Sandra Rivera, la cual es una publicación de ONG, derechos digitales.

5.6.1 Editor jefe: Este cargo será asumido por el Director de la revista Universitaria, quien tendrá el cargo editorial principal de la revista.

El editor Jefe será el responsable general de la calidad de la revista. Así como también será el encargado de dar continuidad y sostenibilidad a

---

<sup>7</sup>La licencia completa se puede consultar en <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/ec/>.



Arkhé. De igual manera será responsable del Equipo Editorial, es decir que los cargos se cumplan a cabalidad y si un miembro se retirase, buscar otra persona que lo sustituya.

5.6.2 Editor asociado: El editor asociado estará más centrado en trabajar con el editor jefe en la administración de los contenidos editoriales.

5.6.3 El asistente editorial: El asistente editorial tendrá la responsabilidad de mantener contacto con los autores, como resolver las dudas que estos planteen. Además será el encargado de coordinar el proceso de revisión, en donde el editor jefe puede indicar qué profesores revisarán los trabajos, y el asistente editorial se encargará de enviar y después pedir los trabajos una vez finalizada la revisión.

5.6.4 Encargado de soporte técnico: Maneja los aspectos técnicos de la revista, tales como poner en marcha el sitio web de la revista, encargarse de temas de dominio y hosting, configurar y administrar la plataforma de publicación que será usada en línea, etc. Este cargo lo asumirá el

5.6.5 Diseñador: será el responsable de mantener la línea gráfica adoptada por la revista. De igual manera su labor será la de entregar estándares gráficos (plantillas CSS, uso de colores, tipografías) y luego velará por la mantención de estos estándares.

5.6.6 Diagramador de textos: será el encargado de dar estructura a los trabajos de acuerdo a los estándares mencionados, incluyendo figuras, tablas y enlaces, además de preparar los trabajos aprobados para publicar en los diferentes formatos que se requieran en los índices y repositorios donde esté incluida la revista.

5.6.7 Corrector de textos: Será quien corrija aspectos gramaticales de los artículos. Aunque este trabajo puede involucrar diferentes niveles, dependiendo de lo que decidan los editores, por ejemplo, revisar si el autor se ajusta a las normas de publicación y de calidad propuestas, si cumple con la línea editorial o con las normas de de citación y bibliografía adoptadas o propuestas por la revista. (Rojas y Rivera, 2011:6,7)



Este último cargo, será asumido por diferentes profesores tanto de la Carrera de Comunicación Social como de distintas carreras o facultades.

### **1.6.7 Secciones de la revista**

Los trabajos que se publicarán en diferentes secciones: los trabajos escritos, estarán en la sección revista y se leerán a través de una aplicación que simula la lectura de un libro impreso. Los trabajos multimedia se encontrarán en la sección galería, aquí se podrán ver trabajos en audio, video y fotografía.

### **1.6.8 Lineamientos y normas para los autores**

#### **1.6.8.1 Contenido**

Los trabajos que se publicarán en la revista Arkhé estudiantil, serán artículos originales, es decir que no se hayan publicado en otra revista. Además, deberán responder a la cobertura temática antes señalada.

En lo referente a periodismo, Arkhé permitirá los siguientes trabajos:

##### **1.6.8.1.1 Géneros**

Género informativo: Se podrán realizar únicamente reportajes.

Genero hibrido: Se podrán realizar crónicas y entrevistas.

Genero de opinión: No se podrá realizar editorial, columnas o artículos de opinión.

Se podrá realizar el perfil periodístico, puesto que este necesita de una investigación profunda.

##### **1.6.8.1.2 Temas**

Cultural: se podrá realizar todo tipo de trabajos relacionados a las diferentes manifestaciones culturales; arte, cine, danza, gastronomía, relaciones interculturales, música o pintura.



Ambiental: se podrá realizar trabajos vinculados a la naturaleza, el desarrollo sostenible, a cerca del deterioro del medio natural y todo lo relacionado al medio ambiente.

Científicos y tecnológicos: se podrá realizar todo tipo de trabajos relacionados con la ciencia, siempre que su objetivo sea la divulgación científica a la sociedad; es decir, que la información de unos pocos se vuelva accesible a toda la población.

Economía: se podrá realizar trabajos cuyo objetivo sea informar sobre los hechos relacionados con la economía, siempre que sean en un lenguaje claro, sencillo y dirigido a un público amplio.

Turismo: se podrá realizar trabajos relacionados con el acontecer en los diferentes destinos turísticos y sobre la realidad que viven turistas, poblaciones locales, gobiernos y empresas, lo cual no implica hacer promoción o publicidad de un lugar.

Política: no se aceptarán temas políticos.

Educativos: Además de su carácter informativo, los documentos que traten estos temas buscarán incidir en la colectividad. Se pueden tratar temas como sexualidad, salud, medio ambiente entre otros. Por ejemplo: el papel de los adultos en la educación sexual

Deportes: No se aceptarán textos que traten a cerca de resultados de partidos, nuevos equipos, cambios de directivos, entre otros similares. Excepto cuando se trate de perfiles de deportistas destacados o estudios antropológicos, sociológicos o económicos del deporte.

Además cabe mencionar, que la temática de Arkhé anteriormente tratada, permite la elaboración de cualquier trabajo vinculado con la Comunicación, que demande investigación.



### 1.6.8.2 Política de calidad

La revista Arkhé establece la siguiente política de calidad para la selección y publicación de trabajos estudiantiles:

- Todos los trabajos serán revisados con el fin de valorar si estos se ajustan a la línea editorial y a las normas de estilo establecidas.
- Los trabajos que no se ajusten a la línea editorial serán rechazados.
- Los artículos o trabajos que no cumplan con las normas de estilo establecidas, podrán ser corregidos y reenviados hasta tres veces, superado este límite, serán rechazados definitivamente.
- Los trabajos estudiantiles, no deben haber sido publicados en otras revistas o medios de comunicación.
- La evaluación de los trabajos se realizará según los siguientes criterios:
  - Originalidad del trabajo.
  - Grado de aportación.
  - Claridad conceptual.
  - Claridad terminológica
  - Claridad redaccional.
  - Equilibrio entre las distintas partes. (Revista Académica Questiones Publicitarias)
- Los trabajos de divulgación científica deberán ajustarse a los siguientes criterios:
  - Fidelidad al contenido científico.
  - Grado de aportación.
  - Claridad en cada uno de los conceptos utilizados.
  - Claridad y sencillez del lenguaje, para llegar a un público no especializado.
  - El artículo debe ser ameno y de interés.
- La revista se publicará con un mínimo de ocho trabajos y un máximo de 15. Se tomará en cuenta todos los formatos: audio, video, texto y fotografía.



- Durante la revisión se mantendrá el anonimato del autor y de los evaluadores.
- En el caso de los trabajos estudiantiles, sólo serán publicados aquellos que hayan sido aprobados por el comité editorial.
- Los trabajos estudiantiles que hayan sido seleccionados, deberán ser puestos a conocimiento de todos los miembros del comité editorial, antes de su publicación.
- En la Sección estudiantil de la revista se publicarán los trabajos hasta alcanzar el número de hojas propuestas. En el caso de que existan más artículos aprobados, estos se publicarán en el siguiente número de la revista, en el orden en el que fueron recibidos.
- Los trabajos serán publicados en español.

### 1.6.8.3 Normas de publicación generales

Todos los trabajos (texto, audio, video y fotografía) deben adecuarse a las siguientes normas:

- Los trabajos enviados Arkhé estudiantil deben ceñirse a la cobertura temática propuesta por la revista.
- Para la publicación de los trabajos, los estudiantes deben conocer y cumplir con la política de calidad establecida por Arkhé. De igual manera se debe respetar los plazos de publicación.
- Los trabajos que se envíen a Arkhé deben ser originales.
- Los trabajos pueden ser en coautoría.
- Los trabajos deberán estar escritos en un lenguaje claro y accesible, dirigido a un público no especializado.
- No se aceptarán artículos de opinión.
- Los trabajos tendrán una extensión máxima de cuatro páginas y mínima de dos (incluidas referencias bibliográficas, notas y tablas).
- El tipo de letra será en Times New Roman, en distintos cuerpos según se indica en cada caso.
- El estudiante deberá enviar los documentos en formato Word:



- Artículo completo (con el nombre del autor/es y datos de contacto)
- Las figuras, tablas e imágenes deben ir en un archivo independiente.

#### **1.6.8.3.1 Estructura de la publicación**

Toda publicación que se envíe a Arkhé deberá incorporar los siguientes datos:

- Título del artículo, trabajo o investigación
- Nombre y apellidos del autor.
- La institución en la que estudia, carrera y grado académico.
- Correo electrónico y teléfono.
- El trabajo debe ser enviado junto con una autorización para su publicación, la misma que se descargará en la página web de la revista.

#### **1.6.8.4 Normas de estilo para texto**

Estas normas aplican exclusivamente para los trabajos escritos.

##### **1.6.8.4.1 Todo trabajo debe presentar**

- Un Lead o introducción al texto (máximo de 50 palabras), que sea atrayente y que enganche al lector. Todo ello en cuerpo 13.
- Texto del trabajo en formato Word, tipo de letra Times New Roman, interlineado 1,5 y cuerpo 11 (salvo las excepciones indicadas).
- Las notas al pie de página serán en cuerpo 9. No mayor a tres.
- Cuerpo del artículo (dividido por encabezados o subtítulos no mayores a 5 palabras)
- Conclusiones.
- Todos los trabajos deben tener como un mínimo de tres hipertextos
- Todos los trabajos deben estar correctamente citados.



- Los trabajos no presentarán bibliografía al final, salvo el caso de los ensayos académicos, en este caso se ordenará alfabéticamente por el apellido del autor o si se trata de una institución, por el nombre de la misma. La bibliografía deberá incluir únicamente los trabajos citados en el texto.

#### **1.6.8.4.2 Epígrafes**

Los epígrafes deben atenerse al siguiente esquema:

- Título del artículo (mayúscula y negrita)
- Subtítulos (minúscula y negrita)

#### **1.6.8.4.3 Uso de imágenes**

El número de imágenes totales no será superior a tres e irán ubicadas en un archivo independiente con una numeración y un breve pie de foto (no más de diez palabras, en cuerpo 8).

Las ilustraciones, imágenes fotográficas y tablas deben entregarse en formato JPG, con una resolución mínima de 300 mega píxeles, y en un archivo independiente.

#### **1.6.8.4.4 Citas**

Tanto en las citas textuales (que irán entrecomilladas) como en las referenciales se seguirá el método APA (American Psychological Association). Es decir, se indicará entre paréntesis el autor, el año de edición y la página. Ejemplo: (Vallejo, 2003: 45).

Cuando un mismo autor y una misma obra sean citados consecutivamente, se consignará solo el año y el número de la nueva página (1917: 345). En caso de que el autor haya sido mencionado en el texto, no figurará en el paréntesis.

Las citas textuales de más de cuatro líneas se ubicarán en párrafo aparte, sangrado, sin comillas, cuerpo 8 e interlineado simple.



#### 1.6.8.4.5 Notas de pie de página

No más de tres y siempre de carácter técnico, se pondrán a pie de página y en cuerpo 8.

#### 1.6.8.4.6 Bibliografía

Únicamente presentarán bibliografía cuando se trate de Ensayos Académicos. El resto de trabajos como documentales, reportajes, entre otros, no deberán presentarla. Al final del texto se incluirá un listado sólo con la bibliografía citada y deberá estar ordenada alfabéticamente y según el autor. Las referencias se harán de acuerdo con los siguientes modelos:

Libros: Apellidos del autor, Nombre del autor. *Título del libro*. Lugar de publicación, editorial, año de publicación. Ejemplo:

Montufar, Cesar. *La Reconstrucción Neoliberal*. 1984.  
Quito, AbyaYala, 2000. (Vallejo, 2003:58)

Documentos en internet: Se seguirán las indicaciones anteriores, pero se especificará la dirección electrónica y la fecha de consulta. Ejemplo: PRADO, Emili Jijón, Carlos. "Teoría de la dictadura", en Internet [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com) Acceso: 28/02/2016).<sup>8</sup>

#### 1.6.8.5 Normas de publicación para Audio

- Los audios deberán presentarse en WAV o MP3.
- La duración máxima de un audio debe ser de 15 minutos y mínimo de 5.
- Todos los artículos deberán ir acompañados de los siguientes requerimientos:

---

<sup>88</sup> Para conocer más acerca de las maneras correctas de citar diferentes tipos de textos, leer más sobre Manual de escritura académica, escrito por Raúl Vallejo.



Título del trabajo, Nombres y Apellidos del autor o autores, editores y colaboradores. Un breve resumen del contenido del audio, máximo cincuenta palabras.

#### **1.6.8.6 Normas de publicación para video**

- Los videos pueden enviarse en los siguientes formatos: MP4, MPG4 y MOV.
- Su duración aproximada será de 5 a 15 minutos, dependiendo el tipo de trabajo.
- Un documental durará máximo 15 minutos.
- Un trabajo de divulgación científica durará máximo 10 minutos. El lenguaje utilizado será claro, sencillo y de fácil acceso para un público heterogéneo. Las imágenes utilizadas deben estar siempre acorde con lo que quiere transmitir el divulgador y estas tienen que ayudar a comprender mejor el mensaje.
- Un reportaje durará máximo 10 minutos.
- Los demás trabajos como notas, cápsulas y demás, durarán un tiempo máximo de 3 minutos.

#### **1.6.8.7 Normas de publicación para fotografías**

- El formato será en JPG o PNG
- El número de fotografías serán de 5 a 15 dependiendo del tipo de trabajo.
- La resolución de las fotografías será de 300px
- El tamaño de cada fotografía será en horizontal 3.000px (ancho) por la proporción original en alto; y en vertical 1.800px (ancho) por la proporción original en alto.

Todos los trabajos multimedia que por su tamaño no puedan ser ingresados al sistema, podrán entregarse en un CD en el departamento de Comunicación



Social, dirigido al diseñador o diagramador de la revista, ubicado en el edificio de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.

### **1.6.9 Dirección a los que se debe enviar la información**

Todos los trabajos universitarios, deberán enviarse al siguiente correo electrónico: [Arkhe@ucuenca.edu.ec](mailto:Arkhe@ucuenca.edu.ec)

### **1.6.10 Recepción y publicación de la información**

La recepción de los documentos a publicarse se realizará únicamente a través del correo electrónico ([Arkhe@ucuenca.edu.ec](mailto:Arkhe@ucuenca.edu.ec)). Este será el medio por el cual, los autores y miembros del Comité Editorial se mantendrán en contacto. Únicamente aquellos trabajos que sean en audio o video y que no puedan ser entregados vía mail, serán aceptados en CDS. Por este mismo canal, los autores sabrán si su texto se publicará o no.

Para la publicación de los contenidos, será el encargado del Consejo Editorial quien suba directamente la información a la plataforma Web de la revista.

### **1.6.11 Ficha de autorización que deben adjuntar todos los autores**

Cuenca, a \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 201\_\_

Universidad de Cuenca.

El que suscribe, (nombre del autor), declaro que la obra denominada: (nombre del artículo), de mi autoría, no ha sido publicada por ningún otro medio. De igual manera, autorizo a que mi obra aparezca publicada dentro de la revista titulada Revista Digital Estudiantil Arkhé, la misma que pertenece a la Carrera de Comunicación Social. Siendo consciente de que la revista no persigue fines de lucro sino académicos, doy el consentimiento para que la difusión pueda



efectuarse a través de Internet y acepto ser el único responsable de mi trabajo, deslindando a la revista de cualquier inconveniente.

### A T E N T A M E N T E

Nombre: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

## 1.7 Creación de la revista Académica Arkhé

### 1.7.1 Características e importancia de una revista académica

Como ya se ha señalado anteriormente, las revistas académicas se caracterizan por ser un medio presentado por una institución científica, académica o profesional, la cual no persigue fines comerciales. Esta revista está dedicada a la publicación de todo tipo de investigaciones académicas, desde artículos científicos y cuantitativos hasta artículos cualitativos de ciencias sociales y humanidades. Una característica importante de las revistas académicas, es que todos los trabajos que en ella se publiquen serán evaluados por pares de expertos, es decir, serán arbitradas por personas que tengan experiencia en la temática a publicarse. Asimismo todas las publicaciones deberán ser seriadas y cumplir con una periodicidad, la cual puede ser anual, semestral o trimestral.

Las revistas académicas y científicas cumplen un gran papel en la actualidad, ya que colaboran con la difusión de nuevos conocimientos o resultados de nuevas investigaciones que se dan día a día en el campo académico. Cada artículo presentado es un aporte importante para investigadores, docentes y estudiantes, pues sirven de base para nuevas investigaciones. No obstante, para que un artículo sea considerado prestigioso o ser citado por otras personas, éste debe cumplir con estándares de calidad. Por este motivo, las revistas académicas buscan estar dentro de una base de datos internacional o



también conocida como índices internacionales, pues de esta manera se eleva su calidad, hay una mayor visibilidad y cobertura internacional. Una vez que la revista se encuentra dentro de un índice, se le llama revista indizada o indexada, lo cual le da mayor prestigio.

Las revistas académicas, ya sean impresas o electrónicas, cumplen con ciertos parámetros de calidad, de publicación y de presentación. Estos parámetros, generalmente están basados en lineamientos establecidos previamente por diferentes redes de indexación, también conocidas como índices. Los principales servicios de indización de revistas académicas y científicas, establecen algunos criterios mínimos de calidad que una revista debe cumplir para ser postulada y posteriormente ser aceptada dentro de sus catálogos o directorios. Según el texto *Guía de buenas prácticas para revistas académicas de acceso abierto*, escrito por las investigadoras Alejandra Rojas y Sandra Rivera, las revistas académicas deben presentar criterios mínimos de calidad, los cuales son similares en los principales índices de revistas científicas y académicas de distintos países, estos son:

- Antigüedad: La revista debe tener un tiempo publicando para postularse.
- Periodicidad: La revista debe hacer público el tiempo en el que presentará cada publicación y cumplir con lo estipulado.
- Originalidad. Esto implica que los artículos sean inéditos, es decir que no se hayan publicado en otras revistas.
- Contenido científico. Entre el 40% y el 75% de los artículos deben ser investigaciones o estudios académicos.
- ISSN. Todas las revistas deben tener un número de identificación
- Comité editorial.- Las revistas deben disponer de un comité editorial compuesto por personas expertas en el tema a publicar. Además debe contar con expertos externos a la institución editora.
- Identidad.- la revista debe claramente señalar sus objetivos, la cobertura temática y el público a la que está dirigida.
- Presentación de artículos: las revistas deben señalar claramente los criterios de calidad y las normas de publicación a los que deben ceñirse



los autores, por ejemplo: Resúmenes, palabras claves, idioma, normas de citación, referencias bibliográficas, entre otros.

- Revisión por pares: todos los artículos serán sometidos a una revisión por expertos en el tema a tratar. Estos expertos no forman parte del comité editorial, deben ser externos a la entidad editora y son quienes definen si el artículo es apropiado para su publicación. Cuando los pares no coinciden en su respuesta, se debe acudir a un tercer revisor. Todas las revistas deberán presentar claramente cómo se realizará este proceso de revisión. (Rojas y Rivera, 2011:21)

Como hemos podido ver, los criterios antes mencionados son los que generalmente coinciden en los principales índices de evaluación de revistas académicas. Sin embargo cabe recalcar que existen diferentes índices en el mundo y cada uno señala sus propios parámetros. Entre los principales podemos mencionar los siguientes: Catálogo Latindex, Red ALyC (Red de revistas Científicas de América Latina y el Caribe. España y Portugal), DOAC (Directory of open Access Journals), EsciELO (ScientificElectroniclibrary Online), Escopus, entre otros, de las cuales hablaremos más detalladamente en el capítulo IV.

Según datos de la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación) en Ecuador, el índice al que las revistas académicas pueden postularse es al Catálogo Latindex, el cual es un “sistema de Información sobre las revistas de investigación científica, técnico-profesionales y de divulgación científica y cultural que se editan en los países de América Latina, el Caribe, España y Portugal” (Portal de Latindex).

Según datos de Latindex, éste fue creado en 1995 en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). En 1997 se convirtió en una red de cooperación regional y actualmente ofrece tres bases de datos:

- 1) Directorio.- Datos bibliográficos y de contacto de todas las revistas registradas, ya sea que se publiquen en soporte impreso o electrónico.



- 2) Catálogo.- Incluye únicamente las revistas –impresas o electrónicas- que cumplen los criterios de calidad editorial diseñados por Latindex.
- 3) Enlace a Revistas Electrónicas.- Permite el acceso a los textos completos en los sitios en que se encuentran disponibles. (Portal de Latindex)

Según el portal de la SENESCYT, en mayo de 2013 se creó el repositorio institucional 'Biblioteca virtual nacional' en donde se encuentran tesis nacionales e internacionales, investigaciones científicas, académicas financiadas por la SENESCYT y publicaciones de las mejores editoriales del mundo. Conjuntamente se puso a disposición el servicio de registro ISSN (número de identificación de revistas); La catalogación Latindex para revistas nacionales y enlaces a bases de datos científicas internacionales.

En Ecuador, por lo tanto, la SENESCYT es el centro autorizado por Latindex para la catalogación de publicaciones periódicas nacionales. De manera que las revistas que deseen ser indizadas, deberán seguir los parámetros propuestos por esta entidad. En consecuencia, la revista académica Arkhé buscará cumplir con todos los parámetros de una revista académica de calidad y alto prestigio. Por esta razón, para crear la línea editorial de la revista Arkhé, sus normas de calidad y políticas de publicación, se seguirá los 36 criterios propuestos por Latindex<sup>9</sup>, los cuales podrán visualizarse en el apartado de Anexos, de este documento como Anexo 7.

Además es importante mencionar que para crear la revista Arkhé y su línea editorial, a más de basarnos en lo propuesto por Latindex, hemos usado guías para la realización de revistas electrónicas académicas. Entre la más importante, está el texto *Guía de Buenas Prácticas para Revistas Académicas de Acceso Abierto*, escrito por M. Alejandra Rojas y Sandra Rivera M. El cual

---

<sup>9</sup> Para conocer más sobre los criterios establecidos por Latindex para la creación de revista Académicas, visitar: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/documentos-de-informacion-latindex/>.



es una publicación de ONG Derechos Digitales, mismo que cuenta con el apoyo del Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe, FRIDA 2010. De igual manera hemos hecho uso del texto *La Edición de Revistas Científicas. Directrices, Criterios y Modelos de Evaluación*, escrito por Emilio Delgado López Cózar, Rafael Ruiz Pérez y Evaristo Jiménez Contreras. Todos ellos son docentes en la universidad de Granada y forman parte del Grupo de Investigación “EC3: Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica”. También se ha recurrido al texto *Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas*, escrito por Maricela López Ornelas y Graciela Cordero Arroyo, quienes pertenecen al Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California.

## **1.7.2 Creación de la línea editorial de la Revista Académica Arkhé basada en Latindex**

### **1.7.2.1 Características básicas**

#### **1.7.2.1.1 Mención del cuerpo editorial**

También llamado Consejo Editorial, es el grupo de profesores, académicos o de especialistas en la disciplina que cubre la revista y son seleccionados por su experiencia. Ellos proponen y asesoran al Editor para un mejoramiento continuo de la publicación y en la toma de decisiones. Por el momento este consejo estará formado por el director de la revista, director de la carrera y dos profesores en investigación y teoría de la comunicación o que tengan experiencia en medios.

#### **1.7.2.1.2 Roles de los responsables de la revista**

Los cargos que mostraremos a continuación han sido tomados del texto *Guía de buenas prácticas para Revistas Académicas de Acceso Abierto*, escrito por



Alejandra Rojas y Sandra Rivera, la cual es una publicación de ONG, derechos digitales.

Editor jefe: Este cargo será asumido por el Director de la revista Universitaria, quien tendrá el cargo editorial principal de la revista, en este caso será Juan Rey Fuentes, docente titular de la Universidad de Sevilla.

El editor Jefe será el responsable general de la calidad de la revista. Así como también será el encargado de dar continuidad y sostenibilidad a Arkhé. De igual manera será responsable del Equipo Editorial, es decir que los cargos se cumplan a cabalidad y si un miembro se retirase, buscar otra persona que lo sustituya.

Editor asociado: El editor asociado estará más centrado en trabajar con el editor jefe en la administración de los contenidos editoriales. Este cargo lo asumirá máster Wilson Gárate, profesor de la Universidad de Cuenca.

El asistente editorial: El asistente editorial tendrá la responsabilidad de mantener contacto con los autores, como resolver las dudas que estos planteen. Además será el encargado de coordinar el proceso de revisión, en donde el editor jefe puede indicar qué profesores revisarán los trabajos, y el asistente editorial se encargará de enviar y después pedir los trabajos una vez finalizada la revisión.

Encargado de soporte técnico: Maneja los aspectos técnicos de la revista, tales como poner en marcha el sitio web de la revista, encargarse de temas de dominio y hosting, configurar y administrar la plataforma de publicación que será usada en línea, etc.

Diseñador: Será el responsable de mantener la línea gráfica adoptada por la revista. De igual manera su labor será la de entregar estándares gráficos



(plantillas CSS, uso de colores, tipografías) y luego velará por la mantención de estos estándares.

Diagramador de textos: Será el encargado de dar estructura a los trabajos de acuerdo a los estándares mencionados, incluyendo figuras, tablas y enlaces, además de preparar los trabajos aprobados para publicar en los diferentes formatos que se requieran en los índices y repositorios donde esté incluida la revista.

Corrector de textos: Será quien corrija aspectos gramaticales de los artículos. Aunque este trabajo puede involucrar diferentes niveles, dependiendo de lo que decidan los editores, por ejemplo, si el autor cumple con los estándares básicos de calidad y si se ajusta a las normas de publicación, en definitiva si este respeta la línea editorial. (Rojas y Rivera, 2011:21)

- Evaluadores: No forman parte del comité editorial. Los evaluadores serán personas expertas en el tema y serán quienes revisen el artículo. De ellos dependerá si un tema es o no publicado en la revista. Para la revisión de un artículo se necesitará de dos evaluadores, sin embargo cuando su opinión sea contraria, se acudirá a un tercer revisor. Es importante mencionar que el evaluador debe tener un nivel académico mayor o igual al autor.

### 1.7.2.1.3 Contenido

Los trabajos o investigaciones que se publicarán en la sección Académica de la revista Arkhé serán: artículos de revisión, informes técnicos, comunicaciones en congresos, ponencias, comunicaciones cortas, cartas al editor, estados del arte, reseñas de libro, divulgación científica, tesis de graduación, monografías y ensayos. Estos documentos deben conformar al menos el 40% de todos los artículos publicados, y en ellos debe primar el contenido científico académico, según lo establecido por Latindex.



Los trabajos que se publicarán en la revista Arkhé serán artículos inéditos, es decir que no se hayan publicado en otra revista y deberán ceñirse a temáticas que correspondan al área de las Ciencias de la Comunicación Social y Ciencias y Humanidades.

#### **1.7.2.1.4 Generación continua de contenidos**

La revista académica Arkhé se publicará dos veces al año. Los articulistas o autores de las investigaciones deberán generar nuevos contenidos cada seis meses, pues la periodicidad de la revista será semestral. Si no se generan nuevos contenidos, la revista no se publicará, por lo que no podrán obtener un número de registro (código ISSN).

#### **1.7.2.1.5 Identificación de los autores**

Los trabajos deben estar firmados por los autores con nombre y apellidos o declaración de autor institucional. (Latindex)

#### **1.7.2.1.6 Entidad editora**

La entidad editora de la revista será la Universidad de Cuenca.

#### **1.7.2.1.7 Mención del director**

El director de la revista académica Arkhé, ha sido elegido por sus conocimientos en la realización y publicación de revistas académicas electrónicas. En base a esto, el señor Juan Rey Fuentes, profesor titular de la Universidad de Sevilla, miembro del grupo de investigación MAECEI y director de la revista académica *Questiones Publicitarias* (Revista de Comunicación Audiovisual y Publicidad), ha aceptado gustosamente dirigir la revista Arkhé conjuntamente con profesores de la Carrera de Comunicación Social.



### **1.7.2.1.8 Mención de URL de la revista**

La dirección web de la página de la revista Arkhé es: [ucuenca.edu.ec/arkhe](http://ucuenca.edu.ec/arkhe).

### **1.7.2.1.9 Mención de la dirección de la revista**

ARKHÉ

Revista académica de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.

FACULTAD DE FILOSOFÍA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Av. 12 de Abril s/n y Agustín Cueva

Cuenca, Ecuador

Telf.: +593 (0)7 4051000 ext: 2123 / 2118 / 2119

[Arkhe@ucuenca.edu.ec](mailto:Arkhe@ucuenca.edu.ec)

### **1.7.2.2 Características de presentación de la revista**

#### **1.7.2.2.1 Navegación y funcionalidad**

La revista estará estructurada de tal manera que mediante tres clics, el lector pueda acceder a los artículos. Los lectores entrarán a la plataforma o página principal de la revista Arkhé, allí seleccionarán si desean ingresar a la revista académica o estudiantil: primer clic. Después elegirán qué número de la revista desean ver: segundo clic. Una vez hecho esto, les aparecerá un listado con el nombre de los artículos publicados, que al pinchar sobre el nombre se abrirá el documento en formato PDF: tercer clic.

#### **1.7.2.2.2 Mención de periodicidad**

La revista será semestral, es decir se publicará dos veces por año. Las fechas tentativas serían en marzo y septiembre. Las fechas tentativas del primer ejemplar, se espera sea en marzo o septiembre de 2017.



### **1.7.2.2.3 Acceso a los contenidos**

El acceso a la revista Arkhé académica será abierto, es decir las personas podrán acceder a ella de manera gratuita y libre. Para leer un artículo no es necesaria la suscripción a la revista.

La única condición exigida es que las personas quienes vayan a hacer uso de los contenidos, citen a la fuente de donde están sacando la información. Y si realizan obras derivadas de la original las compartan con el mismo tipo de licencia. Para garantizar esto, los textos publicados estarán bajo la licencia CreativeCommons Ecuador, “Atribución Compartir-Igual CC BY-SA”<sup>10</sup>

### **1.7.2.2.4 Acceso histórico al contenido**

La revista académica Arkhé mostrará cada número publicado desde el primero hasta el último. Los lectores podrán acceder a cualquier artículo por el tiempo de vida de la revista.

### **1.7.2.2.5 Membrete bibliográfico al inicio del artículo**

Revista Académica ARKHÉ

Revista de la Carrera de comunicación social de la Universidad de Cuenca.

Numero 1 (fecha en la que se publique el primer ejemplar).

ISSN (aquí irá el código de identificación que tendrá la revista y que será otorgado por la SENESCYT a través de la Unidad de Cultura de la Universidad de Cuenca.)

### **1.7.2.2.6 Miembros del consejo editorial**

Es importante que la revista muestre en un lugar visible el nombre de cada miembro que conforma el Consejo Editorial. Además se indicará el nivel académico que éste tenga y el lugar en donde trabaja. (Latindex)

---

<sup>10</sup>La licencia completa se puede consultar en <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/ec/>.



#### **1.7.2.2.7 Afiliación institucional de los miembros del consejo editorial**

Es indispensable que se publiquen los nombres de las instituciones a las que están adscritos los miembros del consejo editorial, es decir, lugares en los que trabaja o colabora. No basta que se indique solamente el país. (Latindex)

#### **1.7.2.2.8 Afiliación de los autores**

Deberá hacerse constar siempre la entidad a la que está adscrito el autor. (Latindex)

#### **1.7.2.2.9 Recepción y aceptación de originales**

En cada uno de los artículos se presentará la fecha en la que este fue enviado y la fecha en la que fue aceptado.

Generalmente se espera que esta fecha tenga una duración de un mes. (Latindex)

#### **1.7.2.3 Características de gestión y política editorial**

##### **1.7.2.3.1 ISSN**

Según el portal de la SENESCYT, el ISSN (International Standard Serial Number) es un código único de identificación para las revistas seriadas que se editan a escala mundial, ya sean impresas o electrónicas. Los registros asignados en más de setenta países conforman una base de datos centralizada, que es administrada por la red ISSN Internacional, cuya sede está en París.

La Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología, es la encargada de proporcionar el ISSN en El Ecuador. Desde 1994, según datos de esta entidad, se entregan códigos ISSN para las publicaciones seriadas que



desean formar parte de la base de datos internacional, y así poder ser visibilizadas desde cualquier parte del mundo.

Las revistas académicas que deseen obtener el ISSN, deberán ingresar a la página de la SENESCYT y obtener de allí los formularios y requisitos para la adquisición de este código. Estos formularios los pondremos al final de nuestro proyecto, en el Anexo 8.

En el caso de la Universidad de Cuenca, las revistas que deseen obtener el ISSN tienen que acercarse a la Unidad de Cultura de la Universidad, en donde se pondrán en contacto con el Señor Luis Muñoz, analista de publicaciones. ÉL será el encargado de revisar la revista académica, indicar los requisitos para la concesión del código e iniciar el trámite para el mismo. Se lo solicitará, una vez que se publique el primer ejemplar.

#### **1.7.2.3.2 Definición de la revista**

El público al cual está dirigida esta revista es a estudiantes, profesores e investigadores de la Universidad de Cuenca. No obstante, al estar la revista en una plataforma web busca llegar a más espacios y a un público más amplio y heterogéneo.

#### **1.7.2.3.3 Sistema de arbitraje**

El sistema que se utilizará para la evaluación de los artículos será el de revisión por pares ciegos. Esto quiere decir que el consejo editorial enviará el artículo sin el nombre del autor a dos personas expertas en el tema o también conocidos como evaluadores, quienes deberán ser externos a la entidad editora y haber aceptado previamente ser evaluadores para la revista académica Arkhé.

Se debe tener en cuenta que si uno de los pares no acepta el artículo y el otro sí, es importante que el consejo editorial acuda a un tercer evaluador para definir si el artículo se publica o no.



Una vez realizado esto se informará al autor si su artículo ha sido aprobado, aprobado con revisiones o rechazado.

#### **1.7.2.3.4 Evaluadores externos**

La revista académica Arkhé, recurrirá a evaluadores externos a la entidad o institución editora de la revista, debido a que esta es una condición que debe cumplir toda revista académica. Es importante mencionar que los evaluadores deben tener un nivel académico mayor o igual al autor, nunca inferior.

Los evaluadores enviarán un informe al Consejo Editorial en donde señalarán si el trabajo ha sido aceptado, aceptado con modificaciones o rechazado.

#### **1.7.2.3.5 Autores externos**

Latindex señala que al menos el 50% de los trabajos publicados deben provenir de autores externos a la entidad editora. El Consejo Editorial de la revista Arkhé, deberá cumplir con esta norma para que la revista pueda llegar a ser indexada en un futuro.

#### **1.7.2.3.6 Apertura editorial**

Al menos dos terceras partes del consejo editorial deberán ser ajenas a la entidad editora.

#### **1.7.2.3.7 Servicios de información**

Una vez que la revista haya publicado un mínimo de tres números o por el tiempo de un año, el director de la revista debe incluirla en algún servicio de índices y resúmenes, directorios, catálogos, hemerotecas virtuales y listas del núcleo básico de revistas nacionales, entre otros servicios de información. Este punto es muy importante si la revista quiere postularse a Latindex y debe ser informado en la página principal de la revista.



### **1.7.2.3.8 Cumplimiento de la periodicidad**

La revista será semestral, es decir se publicará cada seis meses. Las fechas tentativas serían en marzo y septiembre de cada año. Esto con el objetivo que la revista académica y la revista estudiantil sean alimentadas al inicio de cada ciclo universitario.

### **1.7.2.3.9 Contenido original**

Al menos el 40% de los artículos que se publicarán en Arkhé Académica deberán ser trabajos de investigación o creación de artículos originales e inéditos, es decir, que no se hayan publicado en otra revista o medio de comunicación.

Los artículos y demás trabajos que en ella se publicarán deben ceñirse a temáticas que correspondan al área de la Comunicación Social y de Ciencias y Humanidades.

### **1.7.2.4 Instrucciones a los autores**

#### **1.7.2.4.1 Normas de publicación**

Los artículos deben adecuarse a las siguientes normas:

##### **1.7.2.4.1.1 Normas generales**

- Los trabajos que se publicarán en la revista Arkhé serán artículos originales, es decir que no se hayan publicado en otra revista.
- Los artículos y demás trabajos que en ella se publicarán deben ceñirse a temáticas que correspondan al área de Ciencias de la Comunicación Social y Ciencias y Humanidades. La revista se caracterizará por
- Para la publicación de los trabajos, los estudiantes e investigadores deben conocer y cumplir con la política de calidad establecida por Arkhé. De igual manera se debe respetar los plazos de publicación.



- Los trabajos pueden ser en coautoría.
- Los trabajos deberán estar escritos en un lenguaje claro y accesible, dirigido a un público no especializado.
- Los trabajos tendrán una extensión mínima de 2000 palabras y máxima de 5.500, incluyendo títulos y bibliografía.
- El tipo de letra será en Times New Roman 11, en distintos cuerpos según se indica en cada caso.
- El autor enviará los artículos en formato Word:
  - Artículo completo (con el nombre del autor/es y datos de contacto)
  - Las figuras, tablas e imágenes deben ir en un archivo independiente.

#### **1.7.2.4.2 Normas de estilo para texto**

##### **1.7.2.4.2.1 Estructura del artículo**

Todo trabajo que se envíe a Arkhé deberá incorporar los siguientes datos:

- Título del artículo.
- Nombre y apellidos del autor.
- La institución en la que trabaja /estudia, área temática y grado académico.
- Correo electrónico y teléfono.
- El trabajo debe ser enviado junto con una autorización para su publicación, la misma que se descargará en la página web de la revista.

Todo trabajo debe presentar:

- Un título
- Un resumen de 250 a 300 palabras. El resumen será escrito en tiempo pasado y mostrará el objetivo de la investigación, su alcance y las conclusiones a las que se ha llegado.
- Palabras clave. Estas deberán ser de cinco a diez palabras. El objetivo de las palabras clave es que pueden vincularse a otros textos similares



en la red, por ellos deben ser bien elegidas y evocar a un elemento importante del texto.

- **Abstract:** Es el resumen traducido al inglés. Es importante que el abstract sea revisado por un nativo o una persona que domine el inglés, antes de que el artículo sea enviado.
- **Key words:** son las palabras clave traducidas al inglés.
- **Introducción:** es importante que el autor brinde datos a manera de antecedentes, para que el lector tenga un contexto claro de la investigación.
- **Texto del artículo** en formato Word, tipo de letra Times New Roman, interlineado 1,5 y cuerpo 11 (salvo las excepciones indicadas).
- **Cuerpo del artículo** (dividido por encabezados o subtítulos no mayores a 5 palabras)
- **Conclusiones:** es importante que el autor señale las principales conclusiones de su investigación, ya que estas ofrecen de manera resumida una descripción de todo cuanto ha realizado el investigador, métodos usados, impactos entre otros.
- Todos los trabajos deben estar correctamente citados.
- Todos los artículos presentará una bibliografía al final, la cual se ordenará alfabéticamente por el apellido del autor o, si se trata de una institución, por el nombre de la misma. La bibliografía deberá incluir únicamente los trabajos citados en el texto

#### **1.7.2.4.2.2 Redacción**

Todos los artículos deberán ser escritos de manera atrayente, de tal manera que se capte la atención del lector.

Todos los términos que utilicen, deberán ser dirigidos a un público no especializado



### 1.7.2.4.2.3 Uso de imágenes

El número de imágenes totales no será superior a tres e irán ubicadas en un archivo independiente con una numeración y un breve pie de foto (no más de diez palabras, en cuerpo 8).

Las ilustraciones, imágenes fotográficas y tablas deben entregarse en formato JPG, con una resolución mínima de 300 mega píxeles, y en un archivo independiente.

### 1.7.2.4.2.4 Epígrafes

Los epígrafes deben atenerse al siguiente esquema:

- TÍTULO DEL ARTÍCULO (MAYÚSCULA Y NEGRITA)
- Título de segundo nivel o Subtítulos (minúscula y negrita)

### 1.7.2.4.2.5 Citas

Tanto en las citas textuales (que irán entrecomilladas) como en las referenciales, se seguirá el método APA (American Psychological Association). Es decir, se indicará entre paréntesis el autor, el año de edición y la página. Ejemplo: (Vallejo, 2003: 45).

Cuando un mismo autor y una misma obra sean citados consecutivamente, se consignará solo el año y el número de la nueva página (1917: 345). En caso de que el autor haya sido mencionado en el texto, no figurará en el paréntesis.

- Las citas textuales de más de cuatro líneas se ubicarán en párrafo aparte, sangrado, sin comillas, cuerpo 8 e interlineado simple.

### 1.7.2.4.2.6 Notas de pie de página

No más de cuatro y siempre de carácter técnico, se pondrán a pie de página y en cuerpo 8.



#### 1.7.2.4.2.7 Bibliografía

Al final del artículo se incluirá un listado con la bibliografía citada. La bibliografía será ordenada alfabéticamente según el autor o editor. Y las mismas obras de un mismo autor en orden cronológico descendiente.

Las referencias se harán de acuerdo con los siguientes modelos:

Libros: Apellidos del autor, Nombre del autor. *Título del libro*. Lugar de publicación, editorial, año de publicación. Ejemplo:

Montufar, Cesar. *La Reconstrucción Neoliberal*. 1984.  
Quito, Abya Yala, 2000. (Vallejo, 2003:58)

Documentos en internet: Se seguirán las indicaciones anteriores, pero se especificará la dirección electrónica y la fecha de consulta. Ejemplo: PRADO, Emili Jijón, Carlos. "Teoría de la dictadura", en Internet [www.el universo](http://www.eluniverso.com). Com. Acceso: 28/02/2016).<sup>11</sup>

#### 1.7.2.5 Política de calidad

##### 1.7.2.5.1 Exigencia de originalidad

La revista Arkhé establece la siguiente política de calidad para la selección y divulgación de las investigaciones:

- Todos los artículos serán revisados con el fin de valorar si estos se ajustan a la línea editorial y a las normas de estilo establecidas.
- Los artículos que no se ajusten a la línea editorial serán rechazados.
- Los artículos que no cumplan con las normas de estilo establecidas, podrán ser corregidos y reenviados hasta tres veces, superado este límite, el artículo será rechazado definitivamente.

<sup>1111</sup> Para conocer más acerca de las maneras correctas de citar diferentes tipos de textos, leer más sobre Manual de escritura académica, escrito por Raúl Vallejo.



- Los trabajos académicos, no deben haber sido publicados en otras revistas o medios de comunicación.
- La evaluación del artículo se realizará según los siguientes criterios:
  - Originalidad del trabajo.
  - Grado de aportación científica.
  - Coherencia de la estructura del trabajo (marco teórico, hipótesis, objetivos, metodología, resultados y conclusiones).
  - Pertinencia y actualización de la bibliografía.
  - Claridad conceptual.
  - Claridad y orden expositivo.
  - Claridad terminológica.
  - Claridad redaccional.
  - Equilibrio entre las distintas partes. (Tomado de la revista *Questiones Publicitarias*)
- Durante la revisión se mantendrá el anonimato del autor y de los evaluadores.
- Sólo serán publicados aquellos que hayan sido aprobados por el comité editorial.
- Se publicarán como un mínimo de siete artículos académicos y un máximo de diez. En el caso de que existan más artículos aprobados, estos se publicarán en el siguiente número de la revista, en el orden en el que fueron recibidos.
- Los artículos serán publicados en español.

#### **1.7.2.5.2 Resumen**

Todos los artículos deberán ser acompañados de un resumen en español, de 250 a 300 palabras. El resumen será escrito en tiempo pasado y mostrará el objetivo de la investigación, su alcance y las conclusiones a las que se ha llegado.



### 1.7.2.5.3 Resumen en dos idiomas

- Abstract: Es el resumen traducido al inglés. Es importante que el abstract sea revisado por un nativo o una persona que domine el inglés, antes de que el artículo sea enviado.

### 1.7.2.5.4 Palabras clave

- Palabras clave. Estas deberán ser de cinco a diez palabras. El objetivo de las palabras clave es que pueden vincularse a otros textos similares en la red, por ellos deben ser bien elegidas y evocar a un elemento importante del texto.

### 1.7.2.5.5 Palabras clave en dos idiomas

Key words: son las palabras clave traducidas al inglés. Deberán ser de igual manera de cinco a diez palabras. El objetivo de las palabras clave es que pueden vincularse a otros textos similares en la red, por ellos deben ser bien elegidas y evocar a un elemento importante del texto. Además el hecho de estar en otro idioma hará que el texto llegue a una población más amplia.

### 1.7.2.5.6 Metaetiquetas

En la página de presentación de la revista es importante que existan metaetiquetas, las cuales ofrecen datos sobre la misma, sus creadores, su contenido, idiomas, entre otros.

### 1.7.2.5.7 Buscadores

Es importante que en la página principal de la revista se habilite un motor de búsqueda que permita realizar búsquedas por palabras, por índices, utilizar operadores booleanos, entre otros.



### 1.7.2.5.8 Servicios de valor añadido

En la revista es importante que existan alertas, enlaces hipertextuales, foros, guías de enlaces, entre otros. Y que aparezcan en la página principal de la misma.

### 1.7.2.6 Recepción de la información sistema OJS

Todas las revistas electrónicas utilizan un sistema de gestión editorial para revistas académicas o científicas, el cual ayuda a agilizar el proceso desde recepción, publicación hasta la indexación de los artículos. Uno de los programas de gestión más utilizados en la actualidad es el Open Journal System, OJS. Este programa fue desarrollado por el Public Knowledge Project (PKP), organismo canadiense formado por las universidades Simon Fraser y British Columbia. Y su principal objetivo es proporcionar la infraestructura técnica suficiente como para que cualquier revista, grupo de investigación, proyecto, etc. pueda publicar información a texto completo y que esta sea de acceso abierto” (<http://eprints.rclis.org/>).

El documento que nos ha dado pautas sobre la importancia de utilizar este programa de gestión, es el texto titulado *Los sistemas de gestión editorial como medio de mejora de la calidad y la visibilidad de las revistas científicas* escrito por Sonia Jiménez Hidalgo, Elea Giménez Toledo y Javier Salvador Bruna, científicos quienes trabajan en distintos departamentos de investigación de la Universidad Carlos III de Madrid, Universidad de Alcalá y Universidad Complutense de Madrid, respectivamente. Para ellos, los sistemas de gestión editorial son indispensables, pues permiten registrar cada paso que se realiza desde que se recibe un artículo hasta que se lo publica, lo que conlleva saber en todo momento la fase en la que se encuentra y qué falta para el cierre.

El OJS es una plataforma de información a la que acceden todas las personas que intervienen en el proceso de edición de los artículos. Sin embargo, cada individuo entra con una clave diferente y puede acceder sólo a aquello que se



le ha permitido tratar desde el sistema. “El editor, por ejemplo, accederá a una pantalla en la que se le indica qué artículos nuevos ha recibido, cuáles están siendo evaluados o cuáles están en proceso de edición. Por su parte, un autor sólo accederá a la información del texto que ha remitido y podrá saber si está siendo evaluado, corregido, etc” (Jiménez et al 2008: 282).

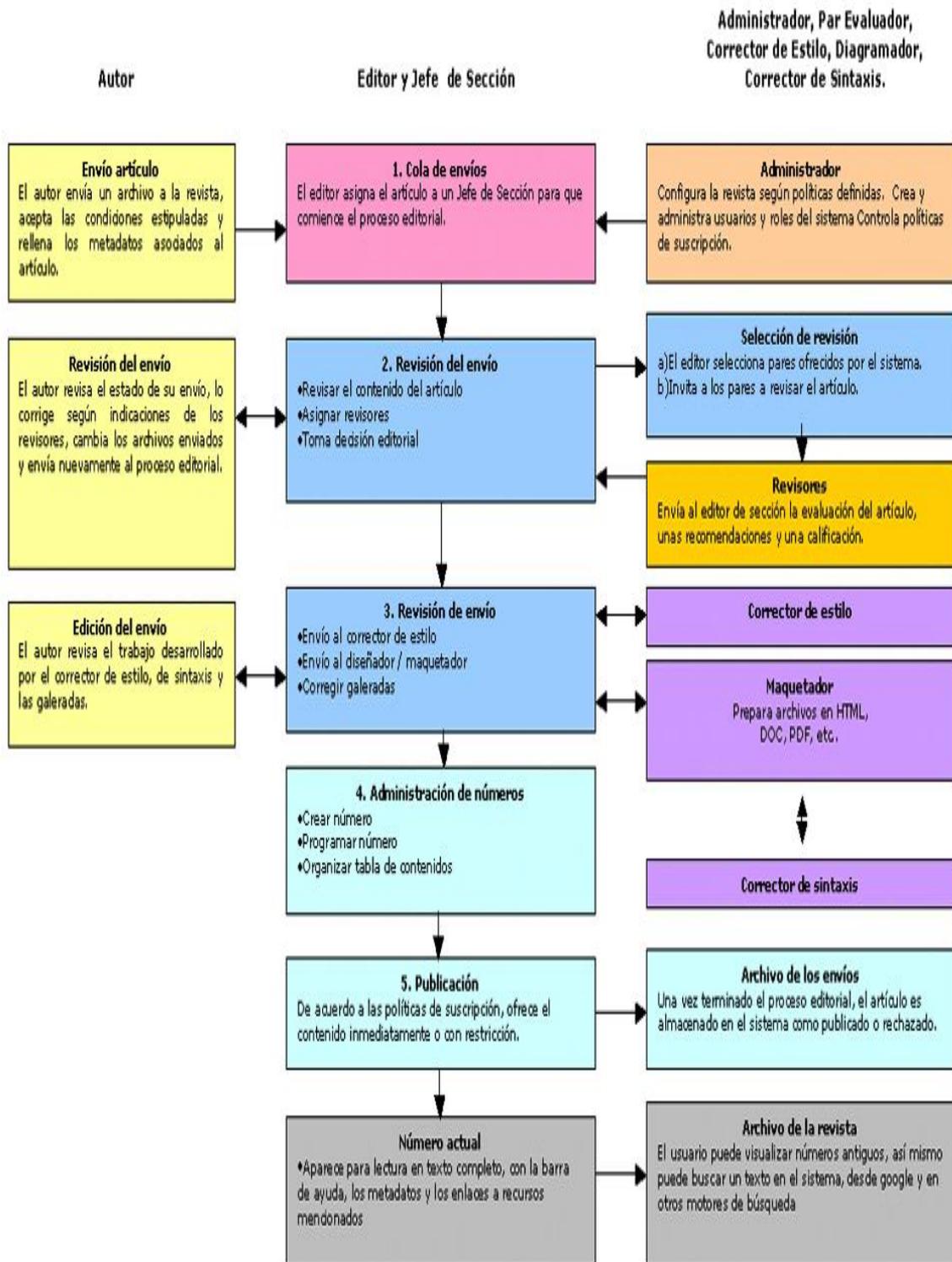
Al utilizar un sistema de gestión editorial existen algunas etapas básicas que se deben cumplir, en este caso describiremos el proceso según la aplicación *OJS*, el mismo que hemos tomado del texto *Los sistemas de gestión editorial como medio de mejora de la calidad y la visibilidad de las revistas científicas*. Cabe recalcar que existen otros sistemas de gestión, pero casi todos presentan características similares:

- a. El autor envía un artículo al editor/director de la revista. Al hacerlo, indica sus datos personales y de afiliación institucional y los metadatos – datos bibliográficos, palabras clave– del artículo; además, antes de enviarlo debe declarar que lo hace siguiendo las normas establecidas por la publicación, que envía un trabajo original no publicado previamente, etc.
- b. El editor recibe el material y lo acusa de recibo al autor, mediante un mensaje de correo electrónico. Además se le indica que en la plataforma podrá observar el progreso de su artículo.
- c. El editor lo asigna a un editor de sección y se lo comunica. No todas las revistas distinguen entre estos dos roles. En *OJS*, el primero es el supervisor general de todo el proceso editorial, mientras que el segundo (equivalente a editor o jefe de sección en terminología anglosajona) se encarga de seleccionar árbitros o revisores (referees, en inglés), de comunicarse con los autores, solicitarles cambios, etc. Cuando una publicación no dispone de editores de sección, es el editor quien asume todas estas funciones.
- d. El editor, o el editor de sección, selecciona uno o dos revisores –según la política definida por la revista, aunque es preferible que sean dos– y les solicita que hagan esa evaluación. Pueden aceptarla o rechazarla. Si la respuesta es afirmativa reciben el original y se les indica en qué fecha deberán tener listo el informe de su evaluación.



- e. Los revisores evalúan el original y remiten al editor de sección un informe sobre el mismo. Además hacen constar su recomendación: aceptar el artículo, aceptarlo con modificaciones (leves o profundas) o rechazarlo.
- f. El editor/editor de sección retoma el contacto con el autor remitiéndole en su caso los comentarios de los revisores. Si procede, el autor realizará los cambios y el editor hará constar en la aplicación su decisión final de rechazarlo o aceptarlo. En este último caso el sistema hace que el artículo pase automáticamente a la fase de edición.
- g. El corrector encontrará en la pantalla correspondiente el artículo aceptado. Lo corregirá (errores tipográficos, formato, etc.), colgará la versión corregida en la plataforma y se pondrá en contacto con el autor para pedirle que revise esa última versión del artículo.
- Cuando éste envíe el texto corregido que quedará también registrado como otra versión del artículo, el corrector hará una última revisión y colgará la versión definitiva. En ese momento el artículo está listo para ser tratado por el maquetador.
- h. El maquetador compone el texto y los posibles archivos adicionales que haya enviado el autor (gráficos, figuras, etc.). Al igual que hace el corrector, pide al autor que revise la galerada (texto maquetado y casi definitivo) y después recibirá las correcciones y creará la versión definitiva que irá a la imprenta.
- i. Finalmente, el editor indica en qué número de la revista ha de ser publicado el trabajo. (Jiménez et al 2008:283 284)

En definitiva, utilizar un sistema de gestión editorial garantiza que los autores cumplan con los requisitos o normas que pide la revista, lo cual será de gran importancia para lograr una mejor visualización de los artículos tanto nacional como internacionalmente, y a su vez será factor importante para la indexación de la misma.



Flujo de trabajo en el sistema OJS<sup>12</sup>

<sup>12</sup>Imagen tomada del texto *Los sistemas de gestión editorial como medio de mejora de la calidad y la visibilidad de las revistas científicas* escrito por Sonia Jiménez Hidalgo, Elea Giménez Toledo y Javier Salvador Bruna.



El sistema OJS permite que el editor pueda gestionar online todo el proceso de creación de una publicación, administrar las suscripciones, indexar el contenido a través del texto completo y metadatos, facilitar su lectura o, por medio de diferentes plugins, ampliar su funcionamiento.

La versión más reciente del programa se puede encontrar en la página web de PKP, institución encargada de su creación y mantenimiento. Para descargar este sistema se debe ingresar al siguiente enlace: ([http://pkp.sfu.ca/ojs\\_download](http://pkp.sfu.ca/ojs_download)). Sin embargo, en nuestro caso este procedimiento no se lo puede hacer de manera individual, ya que la Universidad de Cuenca cuenta con una base de datos propia en donde manejan el sistema de gestión editorial OJS. Para acceder a este sistema, la revista debe en primera instancia estar suscrita, para ello el director de Arkhé o persona a cargo deberá realizar una solicitud dirigida al Decano de la Facultad, pidiendo que la revista cuente con esta plataforma. Una vez realizada la solicitud, el personal de la Dirección de Comunicación de la Universidad de Cuenca será el encargado de suscribir a la revista y de generar una clave, la misma que será entregada al administrador de Arkhé. Con esta clave se podrá acceder al sistema OJS. Además el administrador podrá crear cuentas de usuarios para que las personas que vayan a publicar en la revista puedan hacerlo fácilmente, la única condición será estar suscrito a la revista para poder ingresar al sistema. En consecuencia, la revista académica Arkhé debe ser manejada a través del sistema Open Journal System, el mismo que debe ser solicitado una vez que se haya decidido poner en marcha la revista y realizado la convocatoria para que envíen los artículos.



## CAPÍTULO IV



## CAPÍTULO IV

### 1 Presentación de la propuesta

#### 1.1 Creación de la plataforma Web para la revista Arkhé

Una vez realizada la investigación, reafirmado el objetivo del presente proyecto -que los estudiantes y docentes de la Carrera de Comunicación Social, necesitan y quieren un medio propio para la publicación de sus trabajos e investigaciones- y definida la línea editorial de Arkhé, se procedió a crear la plataforma digital de la misma; es decir, el espacio virtual para almacenar la información. En consecuencia, este capítulo estará destinado a la descripción de cada uno de los elementos utilizados para el diseño y estructura del sitio Web de la revista digital académica y estudiantil Arkhé, espacio que quedará habilitado para que en el futuro los estudiantes y profesores puedan realizar sus publicaciones.

##### 1.1.1 Obtención del URL de la página y acceso a la plataforma Web

La plataforma de Arkhé se nos fue otorgada por medio del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de la Universidad de Cuenca. El proceso empezó con la redacción de una solicitud dirigida al Decano de la Facultad de Filosofía, quien a su vez dirigió la solicitud, a través de un correo QUIPUX, al Departamento mencionado.

La dirección de nuestra página web es: [ucuenca.edu.ec/arkhe](http://ucuenca.edu.ec/arkhe). Esta dirección nos remite a la plataforma de Arkhé, la cual se nos fue dada en blanco. Por ello, cuando hablamos en nuestro proyecto de la creación de la plataforma, no hacemos referencia al tema técnico sino al diseño y estructura funcional de la misma.

##### 1.1.2 Diseño del espacio Web

Cuando hablamos de la creación de la plataforma Web nos referimos concretamente a diseñar y habilitar un espacio virtual. El diseño de la

plataforma comprende dos ámbitos: uno referido a la estética y el otro a la dinámica visual o usabilidad de la página.

El diseño estético lo compone un logotipo, isotipo, imagotipo. Establecer el diseño estético de la plataforma contribuye a captar la atención e interés de los autores y los usuarios al visitar el sitio. Mientras que la dinámica visual está compuesta por los menús, pestañas, páginas, backgrounds o fondos de la página y efectos. Esta dinámica visual, permite que el usuario tenga una mejor experiencia en la plataforma al momento de navegar en ella, de buscar información y sobre todo acceder específicamente al material que esté buscando.

### 1.1.2.1 Estructura y características de los elementos estéticos de la plataforma

#### 1.1.2.1.1 Imagotipo



Arkhé ha incluido dentro de su línea gráfica o identidad visual un imagotipo, el cual según Modesto García, especialista en creación y gestión de marcas o branding y director del portal *brandemia.org*, es la composición o unión del logotipo (texto) e isotipo (ícono o símbolo). En consecuencia, un imagotipo es la utilización de un símbolo y de un texto, los cuales son claramente identificados y pueden funcionar por separado. De ahí que, el imagotipo de Arkhé estará compuesto por dos

elementos visuales que serán usados de manera independiente o conjunta dependiendo el caso. Este diseño será utilizado en flyers, banners, libretas, redes sociales o cualquier otro medio promocional, con el objetivo de implantar la identidad visual de la revista. A continuación describiremos cada uno de los elementos que componen el imagotipo de Arkhé.



### 1.1.2.1.1.1 Logotipo

Logotipo es la representación visual de textos. La Real Academia de la Lengua Española, define a esta palabra como “el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto”. Según el glosario de filosofía, encontramos la siguiente definición de palabra logos “En Platón el Logos es el discurso articulado que permite dar razón de una cosa”. En consecuencia, logotipo es un sistema de símbolos representado por una tipografía o texto con el que se identifica a una empresa, institución o producto, en nuestro caso el logotipo de Arkhé será el siguiente:

El logotipo está representado por las letras: Arkhé. LA letra usada es Brush Script Std, un tipo de escritura de caligrafía o manuscrito que simula estar

trazada por un pincel. Es usada comúnmente para carteles, titulares, entre otros similares. Esta tipografía es parecida a la escritura que utilizaban poetas, escritores y pintores para firmar sus obras. En nuestro país este tipo de escritura a mano alzada o caligrafía (Script), formó parte de la instrucción primaria de nuestros padres. Laura Sánchez Nieto diseñadora gráfico y publicadora en la página web *es.scribd.com*, señala que este tipo de letra es una “válvula de escape de los diseñadores tipográficos modernos. Suelen reproducir escrituras de mano informal, más o menos libres. Estuvieron muy de moda en los años 50 y 60, y actualmente se detecta cierto resurgimiento.” (Laura Sánchez, 2011:31)

De acuerdo con estos antecedentes, se ha decidido usar este modelo de tipografía para representar a Arkhé como un espacio artístico, moderno, un tanto informal, pero preservando la rigurosidad que necesita.

### 1.1.2.1.1.2 Isotipo

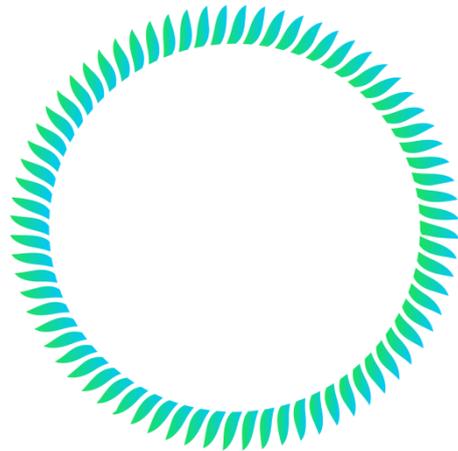


El isotipo es la representación gráfica icónica de productos, marcas, entre otros. Un isotipo está constituido por símbolos que poseen un significado, sin necesidad de utilizar textos.

El isotipo de Arkhé está compuesto de cuatro elementos que sostienen un significado relacionado con el nombre, los cuales explicaremos de manera individual a continuación:

#### 1.1.2.1.1.2.1 Corona externa

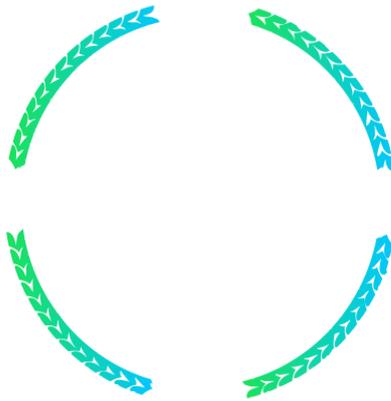
La corona externa representa la energía, pues simboliza los rayos del sol. Desde niños representamos al sol con un círculo y líneas rectas u onduladas a su alrededor. Por lo tanto, el sol es la base de donde nace el isotipo de Arkhé. El grosor de los rayos lo hemos empleado con la intención de resaltar la fuerza con la que se emite la luz.



Es así, que el isotipo de Arkhé está basado en la energía del sol, energía como el principio o inicio de toda existencia física y espiritual. Principio que se ve relacionado con el significado de la palabra Arkhé.

#### 1.1.2.1.1.2.2 Corona interna

La Corona interna representa unión y colaboración. La corona mantiene un tejido, el tejido pensado en la asociación. Este símbolo lo hemos elegido



pensando en que la revista Arkhé necesita de la unión y de la colaboración tanto de estudiantes como de profesores, para que pueda existir y persistir. Si nos fijamos en la imagen, ésta muestra una dirección circular, lo cual representa para nosotros un proceso continuo. Es decir, el proceso que toda revista debe seguir antes de una publicación y después de la misma, lo cual no termina.

#### 1.1.2.1.1.2.3 Puntos seguidos

Los tres puntos que hemos utilizado en nuestra imagen, representan a los puntos suspensivos que se usan frecuentemente en el lenguaje escrito, el mismo que representa la continuación de un texto. De esta forma los tres puntos usados en el isotipo Arkhé, quiere decir que el proceso continúa indefinidamente.



#### 1.1.2.1.1.2.4 Rombo y letra Alef



Parte del proceso humano al conformar sociedades, fue la comunicación. El rombo, incorporado en nuestro isotipo, es un espacio creado para colocar algún texto. El rombo tiene esquinas curvas para simbolizar flexibilidad. En consecuencia con esto queremos representar que la comunicación es flexible.



La imagen que podemos ver al interior del rombo, es una letra Alef o ALEPH, la cual es la primera letra del alfabeto hebreo, uno de los primeros lenguajes estructurados conocidos también como lenguas semíticas. Según el texto *El hebreo y las lenguas semíticas en la obra de Hervás y Panduro*, escrito por el catedrático Ángel Sáenz-Badillos de la Universidad Complutense de Madrid, “los libros de Moisés escritos en hebreo (...) y el de Job escrito en siríaco ó en hebreo, son los más antiguos que se reconocen en el mundo” (Sáenz, 2004:352) Es así que la Tora o el Pentateuco, fue escrito en el hebreo antiguo por Moisés y se mantuvo totalmente puro.

Por dialectos hebreos entiendo todos los lenguajes que tienen afinidad con la lengua que comúnmente llamamos hebrea, en la que se escribió la mayor parte del testamento antiguo... Por lengua matriz de los dichos dialectos hebreos considero y reputo la antigua primitiva que hablaron Sems, Arfaxad y los demás progenitores de la nación hebrea (Sáenz, 2004:352).

Como hemos podido apreciar, el hebreo antiguo es uno de los primeros lenguajes estructurados, por ello hemos utilizado la primera letra del alfabeto hebreo א (Aleph), para relacionarla con el concepto de la palabra Arkhé, el cual evoca al principio de todas las cosas, y que en este caso representa el inicio del alfabeto de una de las primeras lenguas registradas en la historia. Sáenz cita a otros autores que han señalado a la lengua hebrea como la lengua madre.

Hervás comenta que Estienne Guichart intentó probar en 161827 que todas las lenguas vienen del hebreo: recorriendo alfabéticamente las palabras hebreas dice que en éstas se hallan “las simientes de todas las lenguas” (43). En la misma línea, Esteban Morino,<sup>28</sup> y Lud. Thomassino,<sup>29</sup> afirmaban que todas las lenguas provienen de la hebrea. (Sáenz, 2004:351).

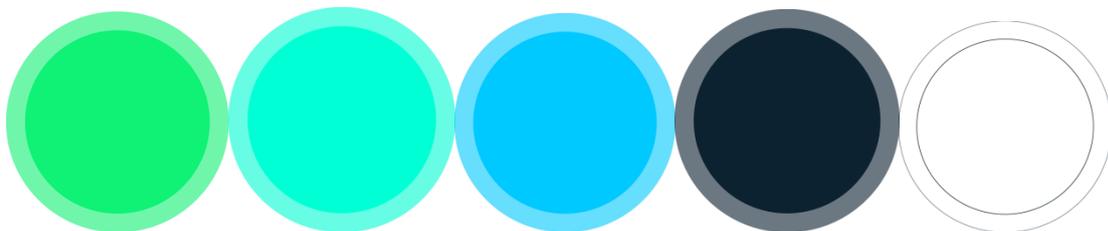
En consecuencia, el usar un símbolo circular para crear el imagotipo de Arkhé, evoca la unidad, lo absoluto, la perfección. Al utilizar un elemento basado en el

sol, queremos hacer referencia a la energía como el principio de la existencia y de la vida. La corona interna representa la unión como el principio de la creación de algo. Mientras que al usar el rombo en el interior de la imagen, queremos mostrar que la escritura es flexible y que continuamente sufre cambios. El Aleph es la primera letra del alfabeto hebreo, el cual es uno de los primeros lenguajes estructurados, hecho que permitió la comunicación.

El objetivo del imagotipo de Arkhé es representar a la plataforma, darle una identidad. Es preciso señalar que el imagotipo del proyecto puede sufrir cambios o “branding” en un futuro, puesto que se mantiene un tipo de diseño “responsive” o adaptativo, es decir, que se puede modificar una parte o la totalidad del diseño siempre y cuando sea justificable dicha decisión.



### 1.1.2.1.2 Colores



El proyecto ha preferido hacer uso del tipo de colores aditivos, conocidos como RGB (Red, Green, Blue) o RVA (Rojo, Verde, Azul), puesto que surge de la mezcla de colores primarios: rojo, azul y verde en tendencia de luminosidad. Walter Castañeda, estudiante de diseño en la Universidad de Palermo, menciona que los colores aditivos se sustraen de los primarios, permitiendo que tales combinaciones puedan llegar a la luminosidad máxima de cada color



hasta alcanzar el blanco. Son conocidos como colores artificiales ya que se usa para reproducirlos en espacios virtuales o digitales como en pantallas de un ordenador o dispositivos móviles. Walter José Castañeda, menciona que el color aditivo:

Como el mismo nombre lo indica, es un fenómeno que al adicionar colores se obtiene más luz, de manera totalmente inversa a la del color sustractivo. Usualmente al color aditivo se le suele llamar color luz. Los soportes en el que el color aditivo se reproduce artificialmente son en sí contemporáneos, más el fenómeno de la luz es un fenómeno del color luz (Castañeda, 2005:18).

Este tipo de colores difieren de los colores sustractivos o CMYK (Cyan, Magenta, Yellow y Key = Cian, Magenta, Amarillo y Negro), puesto que la combinación entre ellos tiende a la sustracción, lo que implica que mientras más mezclas o combinaciones de colores de este tipo, más se oscurece hasta llegar al negro. También son conocidos como colores “reales” por el tipo de reproducción que es en físico a través de la impresión, pinturas y acuarelas.

Para el presente proyecto se ha decidido hacer uso de los colores aditivos o RGB para la reproducción en aplicaciones móviles, aunque también se colocarán los códigos numéricos, a través de porcentajes, de los colores sustractivos o CMYK con la posibilidad de que alguna edición de la revista sea impresa.

Por lo cual, el proyecto Arkhé maneja una variedad de cinco colores, cuatro derivados del tono azul y verde (verde cian, celeste, cian y azul oscuro) y blanco. La gama de tonos azules y verdes están sugeridos por la significación global del mismo. Según, Antonio Valero Muñoz, pintor y catedrático en la Escuela de Alcanar de la facultad de Bellas Artes de Barcelona, en su obra *Principios del color y holopintura*, señala que colores de agua o también conocidos como fríos, denotan amplitud espacial como el mar, y son psicológicamente relajantes. Para Eva Heller, experta en la teoría del color, se refiere al tono azul como “el color preferido. El color de la simpatía, la armonía



y la fidelidad, pese a ser frío y distante. El color femenino y el color de las virtudes espirituales” (Heller, 2004:9).

Mientras que en tonos verdes, Heller, señala que la significación tiene que ver más con la serenidad, con un fin esperado. La experta menciona que el verde es el color de la fertilidad o proliferación. Pero además puede tener una variedad según un contexto, para ella éste es “el color de la fertilidad, de la esperanza y de la burguesía. Verde sagrado y verde venenoso. (Heller, 2004:11)

Estos colores forman parte de la línea gráfica conceptual que representa, con características propias al proyecto. Se ha preferido mantener esta diversidad de colores porque se puede aplicar a trabajos de diseño, logotipos, fotografía, videos y plataforma web. Por otro lado, preferir estos colores tiene una razón importante puesto que cada color significa algo individualmente y en combinación. Para Antonio Valero Muñoz, los colores provocan efectos o reacciones en el ser humano de dos maneras: psíquicos y físicos o biológicos. En el aspecto psíquico, los colores pueden producir efectos de sensación de temperatura como el calor o el frío y en el caso de los factores físicos puede producir sensaciones de tamaño y espacio como alto, bajo, ancho o delgado. De ahí que estos factores confluyen en características según el color: carácter psicológico, efectos psicológicos, efectos fisiológicos y sensaciones temporales.

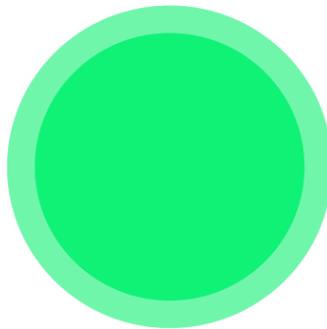
En ese sentido, los colores pueden significar individualmente o combinados algo contradictorio a su carácter psicológico o provocar efectos fisiológicos, todo depende del objetivo para el que se usa un color como menciona Eva Heller.

“Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, o venenoso, o tranquilizante. Un amarillo, radiante o hiriente.” (Heller, 2004:17)

De ahí que, en la mezcla de tonos azules y verdes aditivos, hemos preferido los colores: verde cian, cian, celeste y azul oscuro profundo. De los cuales haremos una exposición detallada de códigos, efectos y usos.

#### 1.1.2.1.2.1 Composición de los colores y significado

##### 1.1.2.1.2.1.1 Verde Cian

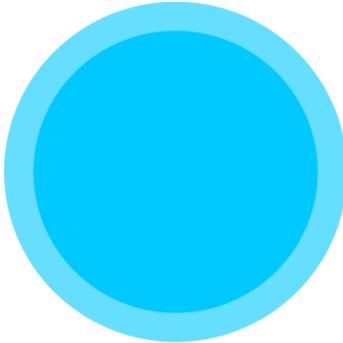


En un espacio de color RGB, hexadecimal # 00ff99 se compone de 0 % de rojo, verde del 100% y el 60 % de azul. Mientras que en un espacio de color CMYK, que se compone de 100 % de cian, magenta 0 %, 40 % amarillo y 0 % de negro. Tiene un ángulo de tonalidad de 156 grados, una saturación del 100 % y una ligereza de 50 %.<sup>13</sup>

Este color surge de la mezcla de los colores verde y cian, que pertenece al círculo cromático (círculo de colores según su matiz o tono) y aspecto visible (región del espectro electromagnético que el ojo humano es capaz de percibir). Comúnmente, por su luminosidad y claridad representa la naturaleza. Para Antonio Valero Muñoz, este color que forma parte de la gama de colores verde, libera al espíritu y equilibra las sensaciones. El autor menciona que dentro de la gama de verdes “se asocia con la indicación en los semáforos de Occidente, de ir, tiene sentido, esta asociación no es casual. El verde es un sedante o calmante de colores intensos” (Valero, 2011:205).

<sup>13</sup>Para saber más sobre la composición de este color codificado visite <http://www.colorhexa.com/00c9ff>

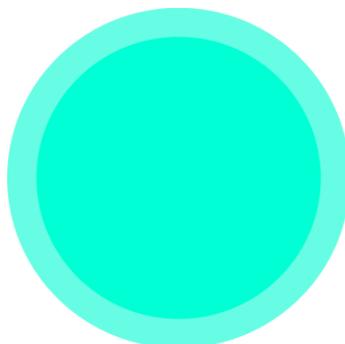
### 1.1.2.1.1.1.2 Celeste



En un espacio de color RGB, hexadecimal # 00c9ff se compone de 0 % de rojo, verde y 78,8 % 100 % azul. Mientras que en un espacio de color CMYK, que se compone de 100 % de cian, 21,2 % magenta, 0 % de amarillo y 0 % de negro. Tiene un ángulo de tonalidad de 192,7 grados, una saturación del 100 % y una ligereza de 50 %. <sup>14</sup>

Al ser un derivado del azul en tonos más claros, muchas veces se relaciona con coloración del cielo despejado. Como ya se ha mencionado, este color aditivo tiende a la claridad o luminosidad dentro de la gama de colores azules. Según Antonio Valero Muñoz, el tono azul puede significar fuerza, firmeza, armonía, tecnología, idealismo, duelo, mares, nubes. En este sentido, hemos tomado al celeste para darle un significado de extensión, vastedad y capacidad. Pues “en muchas culturas, el azul es significativo en las creencias religiosas, se utiliza para mantener a distancia a los malos espíritus, la estupidez y la desgracia” (Valero, 2011:205).

### 1.1.2.1.1.1.3 Cian



En un espacio de color RGB, hexadecimal #00ffd4 se compone de 0 % de rojo, verde y 100 % 83,1 % azul. Mientras que en un espacio de color CMYK, que se compone de 100 % de cian, magenta 0 %, 16,9 % de amarillo y 0 % de negro. Tiene un ángulo de tonalidad de 169,9 grados, una saturación del 100 % y una ligereza de 50 %. <sup>15</sup>

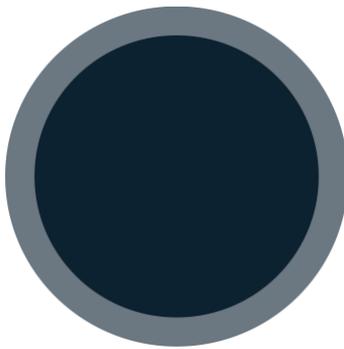
<sup>14</sup>Para saber más sobre la composición de este color codificado visite <http://www.colorhexa.com/00ff99f>

<sup>15</sup>Para saber más sobre la composición de este color codificado visite <http://www.colorhexa.com/00ffd4>

Cian es el color aditivo logrado con la combinación del verde cian y celeste. Este color tiene denominación moderna, relacionada con las nuevas teorías de color, importante para formar parte del aspecto visible de la luz, como de las formas circulares.

El color Cian se le asocia con fortaleza y profundidad, puesto que este color se puede observar en la luz del fuego de una soldadura, al igual que el rojo o amarillo. Se ha usado progresivamente en impresiones de libros, revistas, periódicos, entre otros medios.

#### 1.1.2.1.1.4 Azul oscuro



En un espacio de color RGB, hexadecimal #0d2230 se compone de 5,1 % de rojo, verde 13,3% y el 18,8 % de azul. Mientras que en un espacio de color CMYK, que se compone de 72,9 % de cian, magenta 29,2%, 0 % de amarillo y 81,2 % de negro. Tiene un ángulo de tonalidad de 204 grados, una saturación del 57,4 % y una ligereza de 12 %. <sup>16</sup>

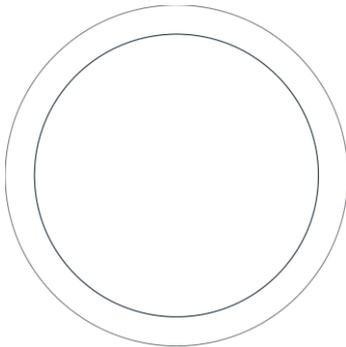
Como ya se mencionó los colores en tono azul, en general, simboliza simpatía. Sin embargo en tonos oscuros puede tener un significado más de profundidad puesto que muchas culturas representan a los pensamientos. Como menciona Antonio Valero Muñoz, “el azul no es amenazador, si no seguro y estable. Muchos uniformes de policía son de color azules porque el color da confianza y seguridad. En levantadores de pesas se ha demostrado que para levantar las más pesadas pesas es mejor realizarlo en habitaciones azules” (Valero, 2011: 205).

En ese sentido, al usar este color en los diseños y en la plataforma del proyecto Arkhé, se espera dar seguridad a los autores de que sus trabajos están en una base de información segura para evitar plagiados. Asimismo se intenta dar

<sup>16</sup>Para saber más sobre la composición de este color codificado visite <http://www.colorhexa.com/0d2230>

seguridad a los lectores, quienes sabrán que la información de la revista es comprobada y de calidad. Este tono azul será usado para los fondos de los colores brillantes como los ya mencionados. Pero también se usará en letras y símbolos de imagotipo.

#### 1.1.2.1.1.5 Blanco



En un espacio de color RGB, #ffffffhex (también conocido como blanco) se compone de 100 % de rojo, 100 % verde y 100 % de azul. Mientras que en un espacio de color CMYK, que se compone de 0 % de cian, magenta 0 %, 0 % y 0 % amarillo negro. Tiene un ángulo de tono de 0 grados, una saturación de 0 % y una ligereza de 100 %.<sup>17</sup>

Finalmente, el color blanco tiene una representación importante dentro de la línea visual del proyecto y se usará en el imagotipo, con fondos oscuros. Este color pretende representar la libertad, unidad y totalidad. Puesto que como ya se mencionó, en la gama de colores aditivos la unión o superposición de los colores nos llevan a este color como el más luminoso o brillante. Además que, como añade Antonio Valero Muñoz, este color representa paz y pureza y estimula la creatividad, entrega y la vida del ser humano. “El Blanco es la suma de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto y de la unidad. Mezclado con cualquier color reduce su croma y aumenta sus potencias psíquicas, las del blanco suele ser casi siempre positiva y afirmativa” (Valero, 2011: 207).

Como se puede observar con la mayoría de los colores, a excepción del azul oscuro profundo, el significado en común es la armonía. Pero además el progreso o desarrollo. El progreso y desarrollo de conocimientos, de enseñanzas. En vista de estas especificaciones, el uso de los colores aditivos pretenden cinco características importantes con respecto a la realización de publicaciones: armonía o calma, libertad, crecimiento, seguridad y unión. Las

<sup>17</sup>Para saber más sobre la composición de este color codificado visite <http://www.colorhexa.com/ffffff>



mismas que se vinculan a la línea editorial y normas de publicación tanto para la revista estudiantil como para la revista académica Arkhé. De igual manera con la creación del diseño y dinámica visual de la plataforma, se pretende alcanzar estos objetivos.

### **1.1.2.2 Estructura y características de los elementos funcionales de la plataforma**

#### **1.1.2.2.1 Dinámica visual – usabilidad**

La dinámica visual entendida como la usabilidad, tiene que ver con la estructura de un espacio web, en cuanto a diseño y funcionamiento. La usabilidad de una plataforma, sea para ordenador o dispositivos móviles, debe ser entendida siempre en relación con la forma y condiciones de uso por parte de los lectores, así como con las características y necesidades de los mismos. En ese sentido, Rex Hartson, profesor emérito de Ciencias de la Computación en la Universidad de Virginia, en su obra *Interacción hombre-máquina: las raíces y las tendencias interdisciplinarias. El Diario de sistemas y software 43*, menciona que para la mayoría de los usuarios "la interfaz es el sistema" o aplicación, puesto que es la parte que ven y a través de la cual interactúan (Hartson, 1998:104). Sin embargo, Yusef et al. (2004) explica que hay que reconocer que la dinámica visual de un espacio web no depende sólo del diseño del interfaz, sino también de su estructura y organización de elementos no visibles dentro del espacio como la escritura con la que está creada, como el HTML.

Hyper Text MarkupLanguage o "Lenguaje de marcas de hipertexto" (HTML), se refiere a un tipo de lenguaje codificado para la elaboración de ciberpáginas o páginas web en el sistema de hipertexto www. Este lenguaje está concebido para que se conecte con el software de creación de páginas web en diferentes versiones. Con el código HTML, se puede definir y codificar la estructura básica de los contenidos de una página web como: texto, imágenes, videos, juegos, entre otros



Por consiguiente, la plataforma para las futuras publicaciones de Arkhé, está construida con elementos importantes como el HTML en la versión 5, en el servidor de páginas web “wordpress” y cuenta con un “hosting” pagado y establecido por la Universidad de Cuenca. El código HTML por un lado permite estructurar de forma correcta el diseño de la página con botones, pestañas, fondos, colores, etc. Pero también el funcionamiento: abrir archivos, realizar comentarios, cerrar páginas, ir de un espacio a otro, reproducir videos, fotos, textos y audios. La implicación dentro de las páginas web, para su funcionalidad son los softwares de soporte creados por “wordpress”, mismo como “plugins o widgets”

Para que la usabilidad o dinámica visual se cumpla en la plataforma, se ha requerido implementar de varios elementos a la página web, como una plantilla, “plugins y widgets”. La plantilla de Arkhé tiene características que la vuelven trascendente en cuanto a diseño visual y funcional. Los “plugins y widgets” implementados, forman parte de las características insertadas en la plantilla o tema instalado, y explicaremos detalladamente más adelante.

#### **1.1.2.2.2 Elementos para la realización de la página web Arkhé**

##### **1.1.2.2.2.1 Diseño y plantilla de la plataforma**

La plantilla de diseño de la página es Onetone; es decir, que es un tema basado en ‘Bootstrap’ y está diseñada en código “HTML5 / CSS3”. ‘Bootstrap’ es un ‘framework CSS’ (espacio para desarrollo web), implementado para que las páginas se adapten a cualquier dispositivo. En la página Raiola Networks, especializada y encargada en la venta de recursos web como dominios y ‘hostings’, explica que ‘Bootstrap’ es:

Un framework CSS desarrollado inicialmente en el año 2011 por Twitter y permite dar forma a un sitio web mediante librerías CSS que incluyen tipografías, botones, cuadros, menús y otros elementos que pueden ser utilizados en cualquier sitio web (Raiola Networks, 2015).



Toda la información de Arkhé se muestra en una sola página, sin embargo ésta contiene secciones básicas como: inicio, normas, autores, proyecto, contactos, entre otros botones diseñados para la accesibilidad y funcionalidad de la plataforma, en el que el usuario puede recorrer fácilmente por cada espacio, según su interés. El diseño consta de pantalla completa con cabecera de ancho total, con efecto de paralaje (parallax o movimiento), y animaciones. Además, permite al programador personalizar la plataforma de acuerdo a su gusto o necesidad, de tal manera que se puede cambiar el fondo de la página, el fondo parallax, vídeo de inicio o los íconos de las secciones de la página principal. En definitiva, esta plantilla dispone de características importantes aplicadas en las páginas web actuales, la misma que hemos usado en Arkhé.

#### **1.1.2.2.2 Características de la plantilla**

##### Diseño flexible

Toda la interfaz es completamente personalizable, cada parte del tema puede ser reemplazado, ampliado y totalmente ajustado al gusto del proyecto. A diferencia de otras plantillas, en Onetone se puede personalizar libremente los tipos de letra, colores, secciones o fondos.

##### Responsive

La página está construida con un diseño de adaptación o “responsive”, esto permite que la página pueda revisarse en cualquier dispositivo móvil, sin que se pierda información, contenido y funcionalidad. Además, admite su navegación en todos los navegadores como Google Chrome, IE, Firefox, Opera, etc.

##### Genera código corto

Esta es una de las características más populares de Onetone. Con MageeShortcodes (plugin para acortar códigos o links largos), hay un código corto para lo que se necesite, y que le permite crear diversos diseños de página. Con él, se pueden insertar diferentes elementos en el contenido como información, imágenes, blogs, columnas y demás tipo de información.



### Soporte continuo y actualizaciones

El equipo de diseño de Onetone brinda un soporte rápido y ágil a cualquier error potencial. Además, el tema puede ser actualizado según las nuevas incorporaciones que realice el equipo del tema como “widgets o plugins”.

### Importador de demostración

El equipo de Onetone ha permitido que este tema realice importaciones de demos o demostraciones de contenido de plantillas en la misma línea de estilo. Con esta funcionalidad de importación se puede rápida y fácilmente importar todas las muestras de contenido (opciones de la página, portafolio, tienda, menús, plugins o widgets) en la plantilla con un solo clic. El tema es fácil de configurar en poco tiempo y se lo puede cambiar cuando se desee.

### Soporte WooCommerce

WooCommerce, es el “plugin” más popular WordPress acerca de comercio electrónico, está incorporado y compatible en Onetone, con el que se puede construir fácilmente una tienda de equipos o productos. Este plugin no será usado por Arkhé, puesto que la información colgada será libre.

### Soporte de WPML

“Multi Lenguaje para WordPress” (WPML), es un plugin creado por WordPress.org para traducir entradas, etiquetas, páginas, menús y textos completos de la plataforma en otros idiomas como francés, inglés, alemán, ruso o polaco. Este plugin es importante para quienes visiten a la página desde otros lugares del mundo, ya que puede traducirse a su idioma en instantes en cualquier momento.

### Fondo de vídeo

Onetone es uno de los pocos temas libres de WordPress que permite de manera fácil presentar en un sitio web, vídeos tomados de youtube. El programador puede agregar fácilmente el vídeo de fondo, simplemente añadiendo el ID de vídeo de youtube a la opción de la sección.



Onetone, también le permite al programador añadir un fondo de vídeo a cualquier sección de la página principal, que es más compatible en los navegadores modernos y dispositivos móviles. El video es muy fácil de incorporar. Simplemente se copia el ID (parte final) de un video subido en youtube en la sección que corresponde y listo.

Es importante mencionar que esta incorporación de video también se realiza con el código de diseño HTML.

### Portafolio

Otro elemento importante es el portafolio. Este “plugin” permite mostrar los servicios, productos, números de publicaciones o trabajos en partes importantes de la página web. En Onetone, se puede publicar un sin número de carpetas como sea necesario. Para esto, la plataforma se ayuda del código corto, que facilita la creación e inserción de portafolios en todo el sitio. Lo más recomendable es insertar un portafolio en la página principal o en una página de galería de videos o fotografías.

### 600+ Fuentes de Google

Onetone sostiene más de 600 tipos de letra disponibles en Google, con lo cual se puede elegir las mejores fuentes para el sitio web, según sea necesario. En este momento las fuentes con las que se ha trabajado la plataforma de Arkhé son: Calibri, Hevélitica y Times New Roman.

### Una página con paralaje (Parallax)

Paralaje es un efecto de movimiento de los elementos de una en una página web. Podemos ver este efecto al subir o bajar la página web “scroll” con el mouse, pues parte del contenido se mueve de manera diferente al movimiento que estamos realizando, logrando así observar otras partes del contenido que no se veía antes, como fotografía, esto da un aspecto de profundidad a la página. Por lo tanto, mientras el texto se mueve al tiempo del “scroll”, la imagen de fondo se mueve en menor velocidad y eso causa el efecto de profundidad. Este efecto tiene como objetivo dar una mejor experiencia al usuario.



## SEO optimizado

La Internet es un océano de información, cada vez mayor, por ello es imprescindible que un sitio web no sólo se destaque visualmente sino también estructuralmente, y para esto son imprescindibles los motores de búsqueda. El SearchEngineOptimization u Optimización de motor de búsqueda (SEO) optimizado, es un “plugin” que procesa la posición de los contenidos de una plataforma web en todos los motores de búsqueda como google, Bing o yahoo. Onetone codifica los contenidos de acuerdo a los últimos requisitos de SEO, lo que hará que los motores de búsqueda encuentren rápidamente un sitio y lo sitúen más alto en los resultados. El SEO proporciona, accesibilidad, indexabilidad y contenido. Miguel Orense Fuentes, consultor especialista en marketing y posicionamiento en buscadores y medios sociales, en su libro *SEO Cómo triunfar en buscadores*, explica que uno de los beneficios que obtiene una página web con el SEO optimizado, es que puede tener “recomendaciones y actuaciones para dotar nuestro sitio web de relevancia y popularidad a través de calidad y enlaces entrantes de trascendencia.” (Orense y Rojas, 2008: 37)

Para lo cual, el SEO hace uso de las meta etiquetas. Las meta etiquetas son elementos de escritura de una página web que permiten que los buscadores eviten redirigir su búsqueda a páginas que no interesan.

Onetone también incluye funciones de Accesibilidad para aplicaciones dinámicas de Internet ‘WAI –ARIA’ (AccessibleRich Internet Applications), con el objetivo de asegurar que un sitio cumpla con los últimos estándares de accesibilidad de la comunidad W3C. El World Wide Web Consortium (W3C) es la comunidad internacional que crea estándares para guiar a una página web a su crecimiento potencial a largo plazo. Javier Fernández, diseñador web y desarrollador front-end (interfaz, diseño final frontal o diseño frontal), define a Introducción ARIA, iniciativa del W3C, como “hacer accesibles contenidos y aplicaciones web, específicamente el contenido dinámico y los controles avanzados de interfaz desarrollados con Ajax y sus tecnologías relacionadas” (Javier Fernández, 2009: s).



### Ancho completo deslizable

Aparte del soporte para el fondo de vídeo en la página principal, el tema Onetone permite agregar control deslizable de ancho total para la página, lo que significa que se obtiene una opción más para configurar la página de inicio y volver más accesible y rápido el tráfico o visita.

### Retina "Ready"

Con la retina "imágenes gráficos listos", un sitio web puede estar totalmente preparado para todos los dispositivos que cuenten con pantallas nítidas de alta resolución como las iMac de retina o smartphones con retina o pantallas de alta resolución. Al utilizar esta opción en nuestra plataforma web, garantizamos también su permanencia y su futuro, ya que las actuales generaciones acceden a la información con más frecuencia desde sus celulares, tablets o cualquier aparato electrónico que les brinde comodidad y facilidad.

### Íconos

Onetone incluye una gran variedad de íconos diseñados por el equipo, los cuales vienen ya preestablecidos y listos para usarse. De tal forma que no se necesite importar otros íconos en formatos como JPG o PNG, si no por código HTML. Por consiguiente, si deseamos incorporar un ícono de las redes sociales como facebook, twitter o flickr en la página de Arkhé, colocamos (en código HTML) las palabras de las redes sociales en inglés: #facebook, #twitter, entre otros similares y automáticamente se creará el ícono en el espacio indicado. Asimismo, si deseamos colocar íconos de audífonos, lápiz, cuadernos o vídeo solo colocamos las palabras en inglés: headphones, pencil o book. En el código HTML, además podemos personalizar tamaños, colores y efectos de dichos íconos.

### Cabecera pegajosa

Con la cabecera pegajosa de Onetone, el menú principal y el logotipo, estarán siempre en la parte superior de la pantalla, siguiendo de forma automática la visualización, cuando se desplace hacia arriba o abajo de la página. Esto hace que sea mucho más fácil y rápida la navegación de usuario en la plataforma. Además se puede establecer menú de color de fuente, tamaño, estilo y peso.

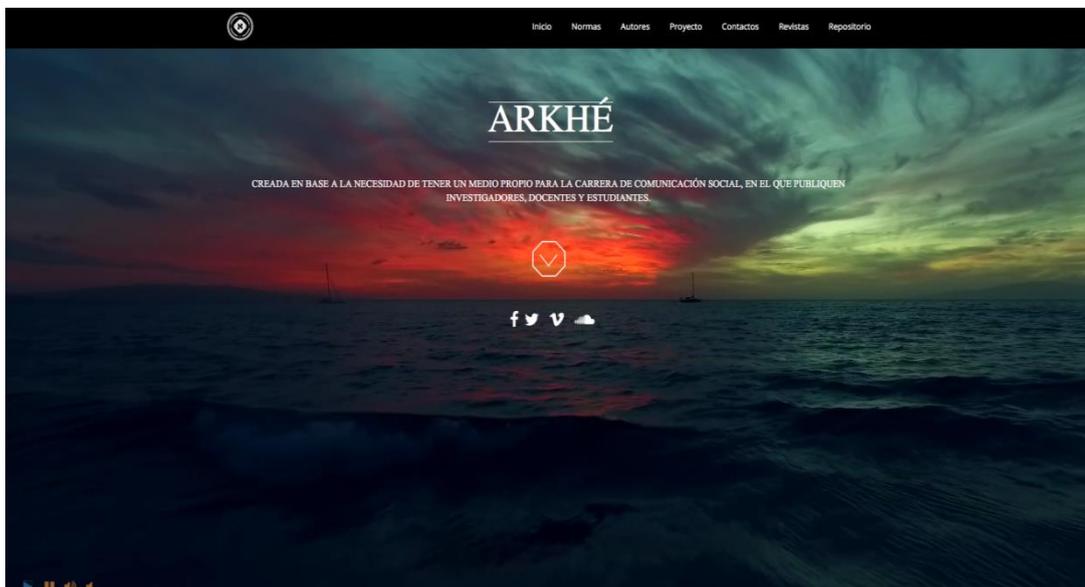
## Soporte bbPress

bbPress es un software del foro con un toque de los creadores de WordPres.org, con el que fácilmente se puede impulsar foros de discusión dentro del sitio. bbPress se ha integrado plenamente a Onetone, al ser tan eficiente y sensible. Este software aparece a través de los innumerables dispositivos que los usuarios tienen al alcance en estos días, como aplicaciones móviles en motores de búsqueda. Esta opción estará habilitada en la plataforma de Arkhé, al final de cada artículo o investigación, ya que a través de los comentarios de los lectores se puede ir mejorando el trabajo presentado.

### 1.1.2.2.3 Estructura de la página Arkhé

#### 1.1.2.2.3.1 Página principal

La página principal o de inicio, está compuesta de una cabecera, un fondo de vídeo, secciones y pie de página.



En la cabecera se encuentra la barra de menú con el isotipo de Arkhé y las pestañas *inicio / normas / autores / proyecto / contactos*, los cuales al hacer

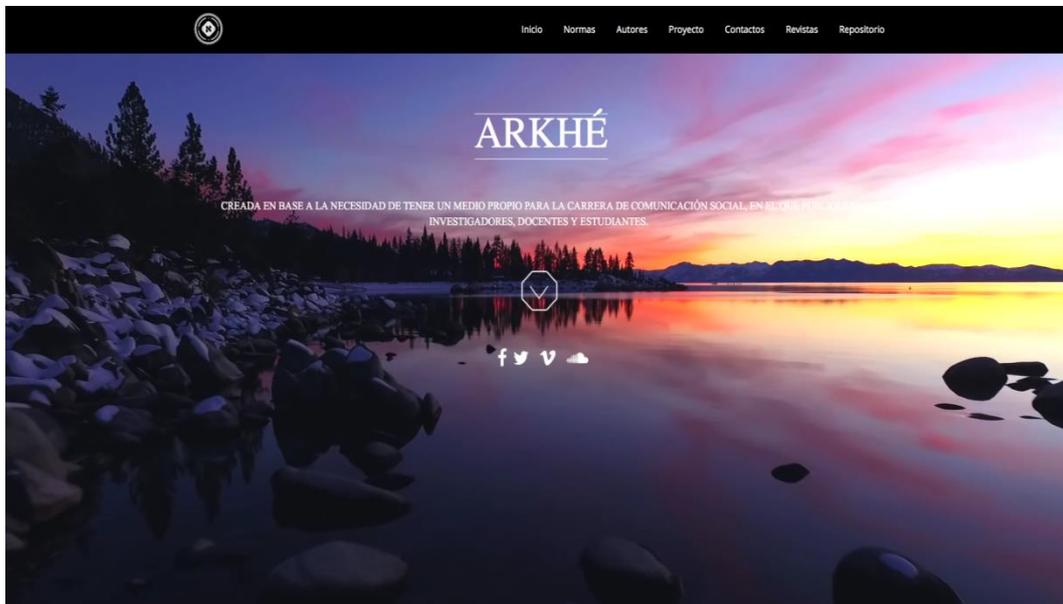
clic nos redirige a las secciones de la página. Las pestaña *revistas / repositorio* nos dirigen a las páginas con su contenido correspondiente.



El isotipo de Arkhé está ubicado en la parte izquierda superior de la página, el mismo que está vinculado a la página principal. Este ícono sirve de apoyo al usuario, pues cuando éste ingrese a una sección de la página y desee regresar a la página principal sin tener que regresar al navegador, sólo deberá hacer un clic en el isotipo de Arkhé. De ahí que este ícono es importante para agilizar el recorrido y velocidad en la visita.

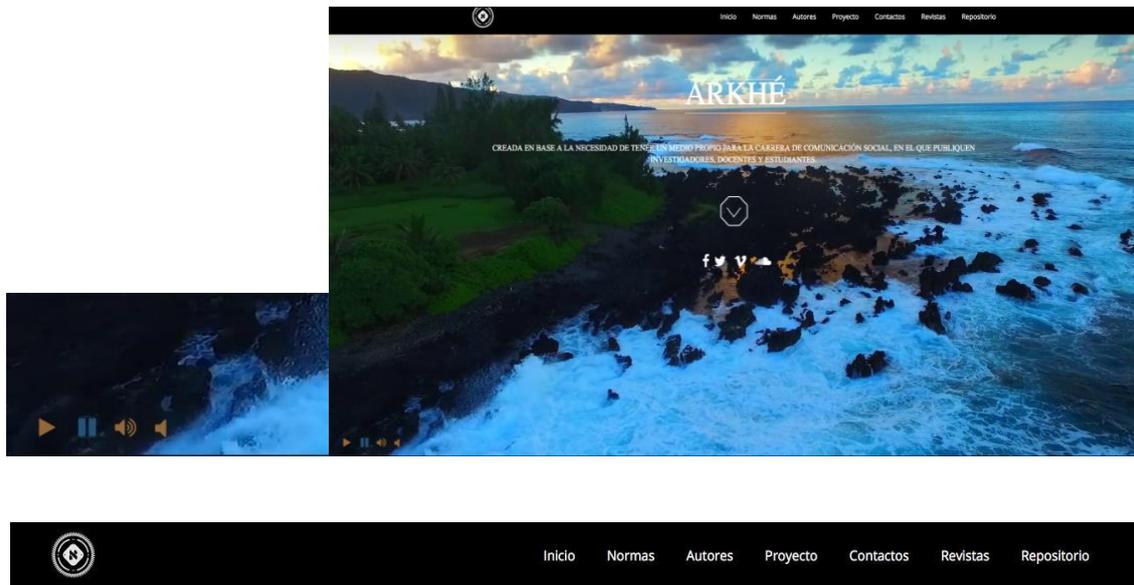
#### 1.1.2.3.1.1 Fondo de video

Todos los iconos y el título de la página, están ubicadas sobre el fondo de video.



El fondo de video en la página principal de la plataforma se reproduce automáticamente al ingresar al sitio. Si el video tiene audio, se reproducirá. En la parte inferior izquierda del video, se encuentra los botones (play, pausa y volumen) con los cuales se puede pausar, subir o bajar el volumen del mismo.

Para ejemplo hemos tomado un video del servidor de youtube de la cuenta propia del proyecto. Sin embargo, posteriormente pondremos un video propio. Sobre el video se visualiza el nombre de la plataforma ARKHÉ y la corta descripción mencionada.



#### 1.1.2.2.3.1.2 Pestaña “Inicio”

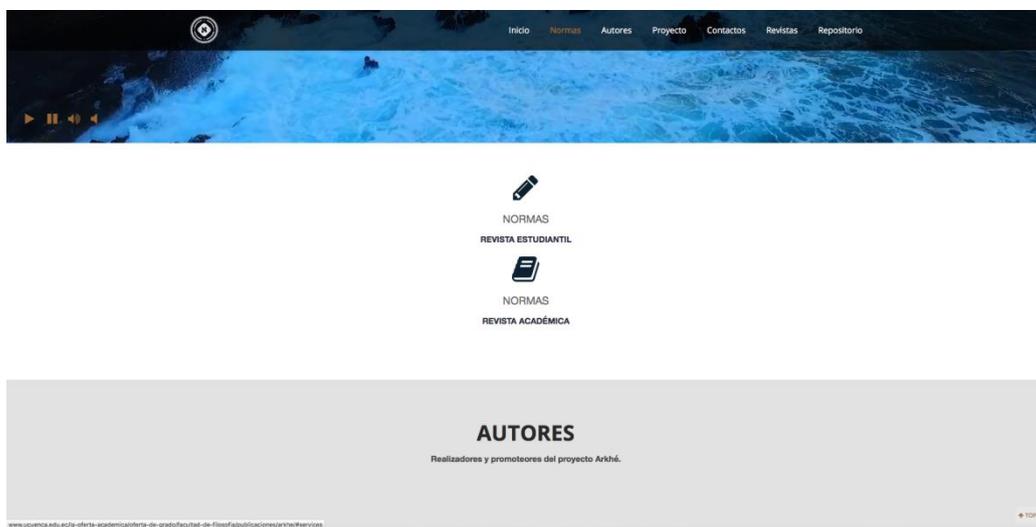
La pestaña inicio, está vinculada a la sección inicio, la primera sección de la página principal. Esta sección contiene el nombre de la plataforma Arkhé y debajo, una corta descripción de la misma. *Creada en base a la necesidad de tener un medio propio para la carrera de comunicación social, en el que publican investigadores, docentes y estudiantes.* Además, en esta sección se muestra los íconos de las redes sociales de la plataforma. Los íconos de las redes sociales con los que contará Arkhé son: facebook, twitter, vimeo y soundcloud. Al hacer clic en el ícono de una de las redes sociales nos redirige a una nueva pestaña con el contenido requerido.

#### 1.1.2.2.3.1.3 Pestaña “Normas”

La pestaña del menú, normas está vinculada a la sección normas de la página principal. Esta sección se divide en dos partes: las normas de la revista

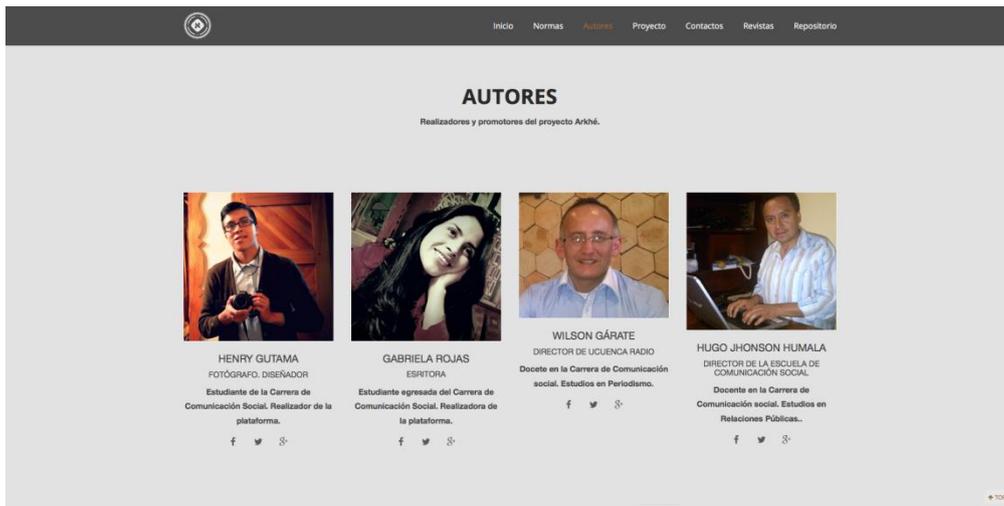


estudiantil y las normas de la revista académica. Al ingresar en las normas, se abre una nueva página con el contenido de las normas requeridas para realizar publicaciones en cada una de las revistas. En ambas revistas se muestran la siguiente información: normas generales, normas de contenido, normas de estilo y normas de publicación. Como ya señalamos anteriormente, las normas de cada revista son diferentes, es por ello que se ha empleado dividir esta sección en dos partes.



#### 1.1.2.2.3.1.4 Pestaña “Autores”

La siguiente pestaña del menú, está vinculada a la sección autores de la página principal. Esta sección se divide en dos partes: proyecto y publicaciones. El espacio de proyecto contiene datos informativos con nombres, apellidos, realizaciones, experiencia y redes de contacto de los creadores del proyecto Arkhé y de todos los miembros del Consejo Editorial de la Revista, tanto estudiantil como Académica. Por otra parte, el espacio de “autores” contiene datos informativos con nombres, apellidos, realizaciones, experiencia y redes de contacto de los responsables de los artículos publicados en las revistas. Cada espacio acompañado de una fotografía.



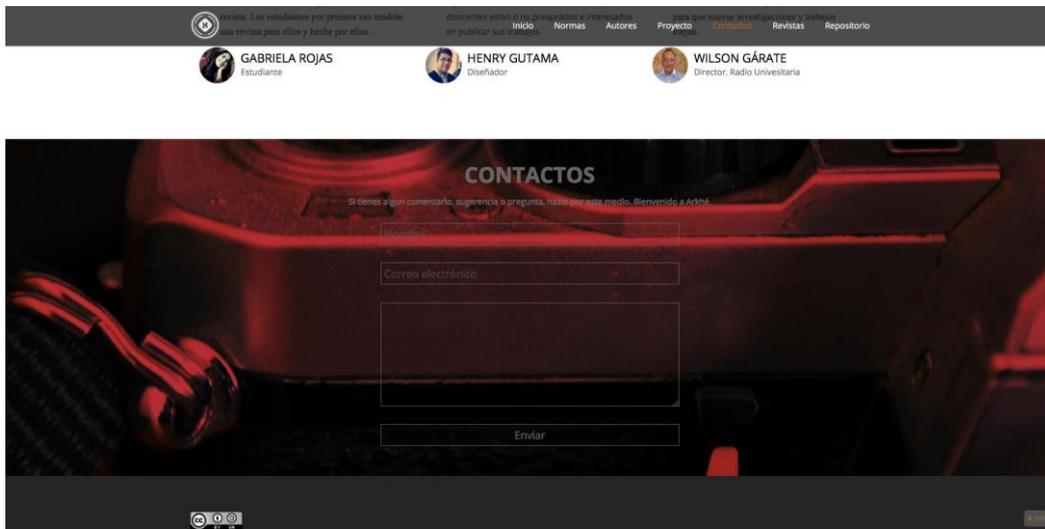
### 1.1.2.2.3.1.5 Pestaña “Proyecto”

La cuarta pestaña del menú, proyecto, está vinculado a la sección proyecto de la página principal. En este espacio se encuentra una breve descripción de los objetivos, y de cómo se puede participar y publicar en Arkhé. Además contiene datos de contacto del proyecto como el correo electrónico, dirección, números de teléfono, código postal y fax. En la parte inferior de la sección se encuentra comentarios e invitaciones a los estudiantes para realizar publicaciones e integrarse al proyecto con sus trabajos. El pie de cada comentario irá acompañado de una fotografía del autor.



### 1.1.2.2.3.1.6 Pestaña “Contactos”

La quinta pestaña del menú, contactos está vinculada con la última sección de la página principal. Esta sección está dedicada a la emisión de comentarios, sugerencias o preguntas de los usuarios. Para ello, deberán llenar los espacios vacíos que se solicita: nombre, correo electrónico y comentario. Para realizar, emitir un comentario o pregunta solo necesita clicar en la palabra “enviar”.



### 1.1.2.2.3.1.7 Pestaña “Revistas”

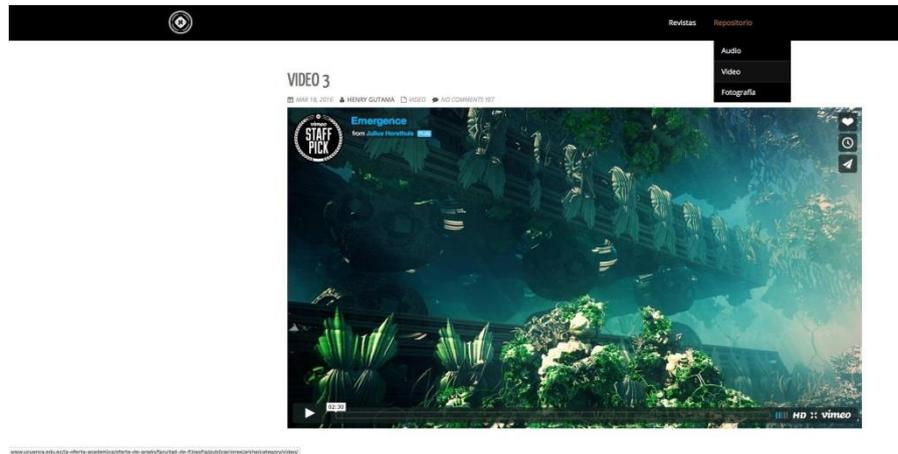
La siguiente pestaña en el menú es “revistas”. Al hacer clic sobre esta pestaña se despliegan dos subpestañas con los nombres: académica y estudiantil. Cada pestaña nos dirige a la página respectiva de cada revista, es decir al ejemplar que se publicará. Este espacio contará con las publicaciones de los estudiantes o profesores, una vez que el o los directores de la revista hayan reunido el material, según los lineamientos y normas establecidas por Arkhé. Las revistas estarán publicadas por suscripción en el servidor de revistas electrónicas ISSUU, el cual es una plataforma que permite visualizar contenidos digitalizados como libros, revistas, periódicos o cualquier medio de lectura tradicional. El tipo de visualización es parecido a la de una publicación impresa, pues se puede pasar a la siguiente hoja de lectura como si lo hiciera con la mano.

Al no contar aún con el primer ejemplar, ya que la publicación de las revistas no formaba parte de nuestro proyecto, hemos tomado una revista de Internet para ejemplificar el programa ISSUU.

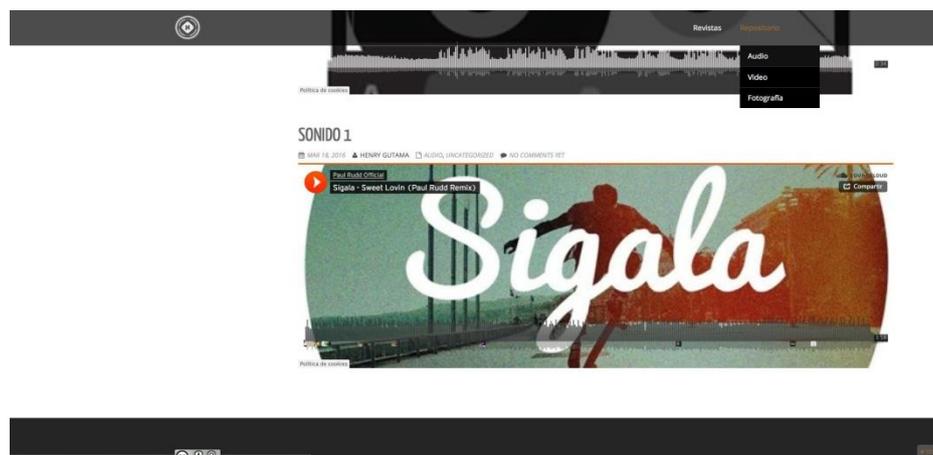


### 1.1.2.2.3.1.8 Pestaña “Repositorio”

La última pestaña al final del menú es repositorio. Al igual que con la pestaña de revistas, al hacer clic sobre el repositorio se despliegan dos sub-pestañas: audios y videos. Al ingresar en una de las dos pestañas se nos dirige a las páginas correspondientes en donde encontraremos una variada galería de realizaciones audiovisuales y sonoras, de quienes hayan publicado en el futuro para la revista. Es importante señalar que como el servidor ISSUU solo permite la reproducción y visualización de texto y fotografía, los vídeos y audios enviados serán publicados en el repositorio, pero al igual que los trabajos escritos se podrán ver según el número de la revista publicada. Para esto, se habilitará un espacio por cada edición de la revista, es así que los videos y audios se mostrarán según el número del ejemplar. Además cada audio o video irá acompañado de un texto o lead.



*Ejemplo de videos*

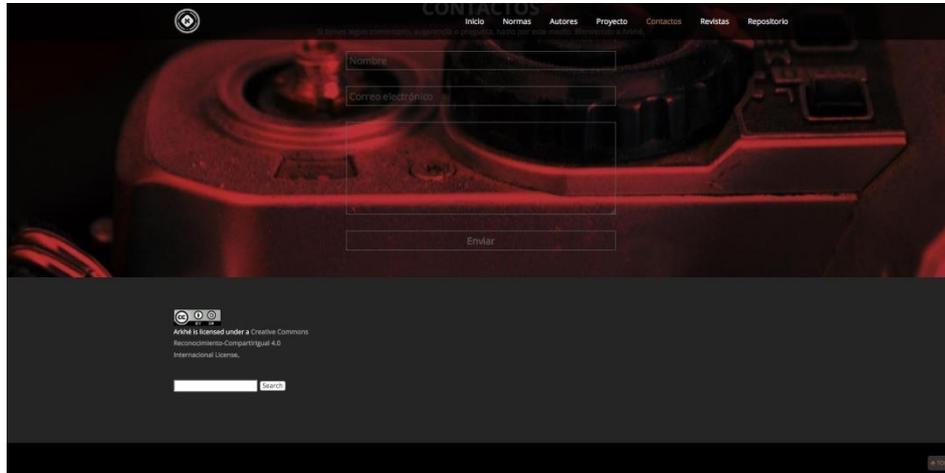


*Ejemplo de audios*

### 1.1.2.2.3.2 Pie de página

El pie de página es la última parte de la página principal de la plataforma. En este espacio se encuentra la licencia de autoría *Creative Commons*, con la que estarán respaldadas las publicaciones que aparezcan en la plataforma de Arkhé, la misma que ya ha sido tratada en el capítulo III. Es importante considerar este espacio puesto que, quienes deseen hacer uso de la

información publicada dentro de la plataforma, deberán cumplir y respetar lo estipulado en la licencia.



Ícono de Creative Commons

### 1.1.2.2.3.3 Aplicación móvil

El diseño y la dinámica visual caracterizada por el sistema “responsive” o adaptativo, permitirá que la plataforma sea visitada, usada y recorrida tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, sin que se pierda algún tipo de información textual o audiovisual. En el caso de la plataforma Arkhé, se utilizará la aplicación móvil propia de la Universidad de Cuenca a través de un ícono, y quien posea esta aplicación en su dispositivo, tendrá la posibilidad de revisar el sitio y sus contenidos desde la comodidad de sus celulares o similares.



Gabriela Rojas P.  
Henry Gutama R.



En consecuencia, gracias al sistema integrado de diseño y dinámica visual, que convierte a Arkhé en un sitio accesible y funcional, los usuarios podrán ingresar a ella desde distintos dispositivos tecnológicos como ordenadores, celulares o tablets.

#### **1.1.2.2.3.4 Cuentas y repositorios de la plataforma**

Arkhé debe contar con un sistema para receptar los trabajos estudiantiles, para contactar con otras personas o bien para brindar información a suscriptores. Para ello, se ha solicitado un correo electrónico institucional, que permitirá y garantizará un flujo adecuado de comunicación así como también servirá para la suscripción a distintos servidores web.

##### **a. Correo electrónico**

La plataforma cuenta con un correo electrónico institucional [arkhe@ucuenca.edu.ec](mailto:arkhe@ucuenca.edu.ec). Este correo electrónico se ha obtenido por medio del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de la Universidad de Cuenca. El proceso empezó con la redacción de una solicitud dirigida al Decano de la Facultad de Filosofía, quien a su vez dirigió la solicitud, a través de un correo QUIPUX, al Departamento mencionado.

##### **b. Repositorio de videos**

Para el repositorio de vídeos, hemos preferido suscribir a la plataforma de Arkhé a: *vimeo.com*. Vimeo es una red social, un servidor de contenidos audiovisuales que permite visualizar y compartir contenidos en distintas plataformas virtuales como las redes sociales. La oferta de alta calidad para los videos, es la razón principal por la que hemos decidido suscribir a Arkhé en este servidor. A diferencia de otros servidores, vimeo permite ver los videos en alta calidad (HD) sin problema de lentitud en la reproducción y carga de un archivo.



### c. Repositorio de audios

En cuanto al repositorio de audios, Arkhé ha optado por suscribirse al servidor *soundcloud.com*. Soundcloud es una red social, un servidor de contenidos sonoros. Permite reproducir y compartir contenidos en distintas plataformas virtuales como las redes sociales. La oferta de calidad de reproducción para los audios, es la razón fundamental por la que hemos suscrito a Arkhé en ella, puesto que a diferencia de otros servidores, soundcloud sube el archivo sin pérdida de calidad sonora y su carga al momento de reproducirla es ágil. Además, permite visualizar los bits o golpes de sonido de un audio y nos da la opción de adelantar o atrasar su reproducción.

Es importante señalar que en todos los repositorios se ha suscrito a una cuenta gratuita y en el caso de soundcloud y vimeo, podría ser pagada en cuanto este servidor limita en gigabytes, el espacio de subida de archivos. Pagar una cuenta premium permitirá ampliar el espacio de subida. Una cuenta pagada en soundcloud trae beneficios interesantes como visualizar quienes han escuchado y cuantas veces se ha descargado, el trabajo sonoro.

En definitiva, la creación de la plataforma, en cuanto a su diseño y estructura, es uno de los puntos más importantes de este proyecto, pues gracias a ella la lectura y visita de los usuarios a la página de Arkhé y a sus revistas, será una experiencia más placentera, ágil, dinámica y sencilla.

### **1.2 Miras de indexación de la revista Arkhé Académica a Latindex**

La importancia de postular una revista académica a una red de indexación de revistas, es un tema que ya ha sido tratado en el capítulo tres del presente proyecto, no obstante cabe recalcar que al incluir una revista a un índice, ésta tiene más posibilidades de ser leída y citada por otros autores, pues al estar en una base de datos la visibilidad de los artículos o investigaciones aumenta considerablemente. Así mismo, es importante tener en cuenta lo que sostiene Sandra Iturrieta Olivares docente de la Universidad Católica Silva Henríquez de Santiago de Chile, en su texto *Sugerencias para la indexación de revistas de*



*trabajo social como espacios de visibilidad de la productividad académica.* Quien señala que “con la tendencia actual de las universidades y centros de investigación a valorar la productividad académica sólo cuando se escribe en revistas indexadas, se agudiza la dificultad de revistas no indexadas de captar artículos publicables” (Iturrieta: 2). Por esta razón, muchos docentes e investigadores prefieren actualmente escribir para una revista indizada, por ello las revistas académicas, ya sean impresas, digitales o electrónicas, que deseen llegar a ser consideradas como revistas de prestigio deben encontrarse dentro de alguna base de datos internacional, pues los autores tendrán que cumplir con normas y parámetros de calidad similares entre los diferentes catálogos de indexación, lo cual les dará mayor relevancia.

Actualmente existen diferentes bases de datos o redes de indexación internacionales como: Catálogo Latindex, Red ALyC (Red de revistas Científicas de América Latina y el Caribe. España y Portugal), DOAC (Directory of open Access Journals), EsciELO (ScientificElectroniclibrary Online), Escopus, entre otros. La docente Sandra Iturrieta Olivares, ha realizado un resumen de estos índices empezando por el de menor exigencia hasta el de mayor rigurosidad académica, el cual lo presentaremos a continuación:

Índice	Descripción general	Artículos de texto completo	Tipo de acceso a los artículos
Dialnet	Repositorio o biblioteca virtual y base de datos especializada, creada en el año 2001 por la Universidad de La Rioja, España. Con predominio en Ciencias Sociales y Humanidades, incluye también revistas de Ciencia y Tecnología. Su objetivo es aumentar la difusión, visibilidad y accesibilidad de la literatura científica hispana, potenciando el acceso libre y gratuito. Para conseguir ese objetivo, Dialnet ofrece a los servicios de publicaciones de entidades cuya actividad no tenga ánimo de lucro, el alojamiento de los textos completos de sus publicaciones, tanto revistas como tesis doctorales y libros colectivos.	Si	Gratuito
Catálogo Latindex	Latindex creado en 1997 es conformado por 19 organismos gubernamentales y académicos representantes de distintos países latinoamericanos.	No	Gratuito



Catálogo Latindex	Es un directorio que recoge información sobre revistas científicas, profesionales y técnicas. En el 2002 se creó el Catálogo, que contiene una selección de las revistas incluidas en el directorio de acuerdo a 36 criterios de calidad editorial internacional. El Catálogo Latindex no indiza artículo por artículo, sino que entrega información descriptiva sobre la revista a nivel de título.	No	Gratuito
Clase (Citas latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades)	CLASE y PERIÓDICA indizan revistas académicas de investigación, técnico-profesionales y de difusión científica o cultural, editadas en países de América Latina y el Caribe. También se incluyen revistas editadas por organismos internacionales de alcance panamericano. Las revistas pueden ser especializadas o multidisciplinarias, en formato impreso o electrónico. Las revistas especializadas en ciencias sociales y humanidades se indizan en CLASE, mientras que las de ciencia y tecnología se incluyen en PERIÓDICA. Las multidisciplinarias pueden incluirse en alguna de las dos bases de datos, conforme a la opinión del Comité de Selección.	Si	Gratuito
DOAJ (Directory of open access journals)	Directorio administrado y parcialmente financiado por el sistema de Biblioteca de la Universidad de Lund. Indexa sólo revistas en línea de contenidos abiertos. Dentro de sus requisitos está que los contenidos sean totalmente accesibles, no acepta embargos por períodos. Las revistas seleccionadas son principalmente académicas y científicas, pone como requisito que estén primariamente orientadas a un público conformado por investigadores. No limita la postulación de revistas por idioma o área temática. Su objetivo es incrementar la visibilidad y la facilidad de uso de las revistas.	Si	Gratuito
Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España Y Portugal)	Creado el 2003 por la Universidad Autónoma del Estado de México. Indiza revistas principalmente de América Latina, España y Portugal. Tiene una amplia cobertura de las ciencias sociales. Las postulaciones al índice son en febrero y julio de cada año. Observa 39 criterios de selección, de los cuales 27son generales, 12 son básicos y 5 esenciales. Para poder ser indizada, una revista debe cumplir al menos 20 de los 27criterios. Si una revista tiene versión impresa y digital se sugiere postular solo una de las versiones.	Si	Gratuito
SCIELO (Scientific Electronic Library)	Creado por la Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de São Paulo y por Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud. Esta biblioteca electrónica que	Si	Gratuito



Online	incluye una colección seleccionada de revistas científicas. En Chile es administrado por CONICYT. Para su aceptación las revistas son evaluadas según 17 criterios centrados en la calidad de los artículos publicados, que deben ser originales y en su mayoría de corte científico y en la implementación de un proceso de revisión por pares hecho por especialistas. Las revistas son aceptadas de forma inmediata si están incluidas en Thompson Reuters (ex ISI), MEDLINE oPsycINFO.		
SCOPUS	Creado el año 2004 por la empresa Elsevier, esta base de datos cubre más de 27.000 revistas. Cuenta con 420 títulos latinoamericanos y al menos un 21% de los títulos cubiertos en Scopus están en idiomas diferentes al inglés. Para evaluar la inclusión de nuevas revistas observa 16 criterios, agrupados en 5 categorías: política editorial (incluye revisión por pares modalidad doble ciego y diversidad de autores y de comité editorial), contenido (académico y relevante al área de la revista), provisión de referencias bibliográficas y citas correctas y bien estructuradas; y periodicidad. Es un indicador bibliométrico en que se añaden títulos nuevos a Scopus dos veces al año: enero (para los títulos enviados antes del 1 de septiembre del año anterior) y julio (para los títulos envía dos antes del 1 de marzo del presente año)	No	Suscripción
Web of Science y Web of knowledge: ISI (Institute of Scientific Information)	Fue adquirido el 2002 por Thompson Reuters. Esta empresa es la encargada de elaborar los índices Web of Science. Contiene las revistas científicas consideradas más prestigiosas por su factor de impacto a nivel global, y Web of Knowledge. Además de indizar revistas de ciencia también incorpora títulos de ciencias sociales, artes y humanidades. La selección de revistas está basada en la periodicidad; en que la revista publique información bibliográfica en inglés; revisión por pares y tener un formato que asegure la correcta citación de los artículos publicados. Este índice se ha convertido en el indicador más reconocido de calidad editorial de las revistas y de bibliometría.	No	Suscripción

Tabla de los principales índices de revistas académicas.<sup>18</sup>

<sup>18</sup>Tomado del texto *Sugerencias para la indexación de revistas de trabajo social como espacios de visibilidad de la productividad académica.* (Iturrieta 4,5,6)



Como hemos podido ver existen diferentes redes de indexación a las cuales se puede postular una revista, dependiendo de la temática y de los niveles de exigencia de la misma. En el caso de Ecuador, Latindex es el índice al que las revistas académicas pueden postularse a través de la SENESCYT, ya que este es el centro autorizado.

### **1.2.1 Pasos para postular una revista al índice de Latindex**

Las universidades que deseen indexar sus revistas deben cumplir con algunos requisitos, los mismos que se pueden encontrar en la página de la SENESCYT en el siguiente link: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/documentos-de-informacion-latindex/>. Al acceder a dicha plataforma, podemos encontrar tres apartados: Formulario Latindex; Procedimiento para solicitar el ingreso de una revista a Latindex; y Características de revistas impresas y electrónicas. En cuanto al formulario, este se puede descargar fácilmente en formato Word, cada ítem debe ser respondido a cabalidad para que sea válido, es importante mencionar que la revista debe tener un año como tiempo mínimo de estar publicando periódicamente o haber publicado tres veces. En el caso del segundo apartado, la SENESCYT indica siete requisitos para que la revista pueda postularse a Latindex, el más relevante es cumplir con los parámetros que este índice pide. El último ítem y tal vez el más importante es crear una revista basada en las características para revistas impresas o electrónicas propuestas por Latindex, en las cuales nos basamos para hacer nuestra revista académica. Todos estos documentos se encuentran al final del documento, con el nombre Anexos 9.

En el caso de Arkhé, cuando en el futuro se haya realizado publicaciones y se desee indexar a esta revista a Latindex, el director o la persona responsable, deberá hacerlo mediante la Unidad de Cultura de la Universidad de Cuenca. Allí Luís Alfredo Muñoz, analista de publicaciones o quien se encuentre en el cargo, será quien realice todo el trámite anteriormente detallado para postular



una revista académica. En consecuencia, podemos ver que existen varios índices internacionales a los que una revista puede pertenecer, pero para ello debe cumplir con todos los parámetros solicitados. Además cabe recalcar que una revista puede estar dentro del catálogo de varios sistemas de información y mientras más sean es mejor, ya que esto eleva la calidad de la revista y su visualización a nivel internacional.

En conclusión, este capítulo ha sido destinado a presentar en sí la propuesta de nuestro proyecto, en lo referente a la creación de la plataforma web de Arkhé. Esta plataforma es un espacio en donde los estudiantes y docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca podrán en un futuro, publicar sus trabajos e investigaciones. Al estar en el ciberespacio, los autores tendrán más posibilidades de ser leídos, ya que llegan a un público más amplio debido a la difusión que tiene un trabajo por el solo hecho de estar en la Internet.



## CONCLUSIONES

- La carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, tiene a su favor un proyecto que promueve la investigación y publicación académica y estudiantil, el cual es uno de los objetivos que hoy en día se pide a las universidades; ser un espacio de investigación.
- La página web de Arkhé fue construida con tecnología adaptable, lo que permite a los usuarios acceder a ella mediante una aplicación móvil; es decir, desde cualquier dispositivo tecnológico como celulares o tabletas electrónicas, y no sólo desde un ordenador.
- Al ser una revista digital, Arkhé, tiene un mayor alcance lo que significa que podrá ser leída en cualquier parte y llegar a más personas con un solo clic.
- El proyecto Arkhé, apunta al beneficio colectivo de la Carrera de Comunicación Social, pues es un espacio de praxis para los redactores digitales; docentes y estudiantes que generen contenidos para la revista.
- La Carrera de Comunicación Social se benefician, enormemente, al tener su propio producto comunicacional digital, ya que no significará gastos para su mantenimiento y difusión, existirá más apertura y podrán participar libremente en la construcción de la información.
- Arkhé asegura beneficios para la Carrera de Comunicación Social, los cuales serán aprovechados especialmente por los estudiantes de los últimos ciclos, ya que es un espacio en donde ellos pueden realizar sus prácticas pre-profesionales y sesenta horas de servicio académico.
- Los usuarios también serán beneficiados al tener información segura y confiable, de la cual ellos podrán hacer uso para futuros trabajos. Además cuentan con la posibilidad de comentar lo publicado, enriqueciendo así a la revista.



## RECOMENDACIONES

- Es trascendental que las personas quienes se queden a cargo del proyecto Arkhé, director o el Consejo Editorial, promuevan esté espacio y motiven a los estudiantes, docentes o investigadores a publicar en la revista tanto estudiantil como académica, ya que este espacio fue creado en base a sus necesidades.
- Es importante que los profesores permitan a los estudiantes realizar las sesenta horas de servicio académico y las prácticas pre-profesionales en nuestra revista, de manera que haya material de calidad para publicar constantemente.
- Es necesario que los docentes motiven a sus alumnos a publicar los trabajos realizados dentro de su cátedra. Los profesores deben construir el sílabo académico pensado en que los trabajos o exámenes finales de los estudiantes, sean publicados en la revista Arkhé.
- Las personas deben tener claro que la existencia de una revista no está sólo en el ejemplar, sino en las bases con las que fue elaborada, sobre todo en su línea editorial, pues de esto depende su perdurabilidad.



# ANEXOS



**Anexo 1: Modelos de encuestas**

Esta encuesta tiene como objetivo recoger datos cuantitativos de los estudiantes de Comunicación Social, acerca de su interés por publicar trabajos universitarios o escribir artículos en una revista estudiantil. Estos datos serán un respaldo importante para la creación de la revista digital Arkhé

**1. Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurre frecuentemente?**

Medios digitales  Medios impresos

¿Por qué?

.....

**2. ¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles?**

NO  SI

¿Cuáles?

.....

**3. En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayas publicado algún trabajo estudiantil. Indica su nombre y el número de veces que lo has hecho.**

<i>Medio</i>	<input type="checkbox"/>	<i>Nombre del Medio</i>
Revista impresa	<input type="checkbox"/>	.....
Revista digital	<input type="checkbox"/>	.....
Radio	<input type="checkbox"/>	.....
Televisión	<input type="checkbox"/>	.....
Prensa escrita	<input type="checkbox"/>	.....
Prensa digital	<input type="checkbox"/>	.....
Blog	<input type="checkbox"/>	.....
Otros	<input type="checkbox"/>	.....

**4. De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles? Señala mínimo tres.**

Revista impresa	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Prensa escrita	<input type="checkbox"/>
Prensa digital	<input type="checkbox"/>	Blogs	<input type="checkbox"/>
Revista digital	<input type="checkbox"/>	Otros.....	

**5. ¿Es importante para ti tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos?**

SI  NO

¿Por qué?

.....



6. ¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario? Califique del 1 al 5 según el grado de importancia. Teniendo en cuenta que 5 es el más importante y 1 el de menor relevancia.

La inexistencia de un medio o espacio para la difusión (impreso o digital)   
 La falta de presupuesto para la publicación (impresa)   
 Existen espacios para la publicación, pero no hay fácil acceso a ellos   
 Poco interés de los estudiantes para elaborar trabajos   
 Falta motivación de los profesores a estudiantes

7. ¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social?

SI  NO

¿Por qué?

.....  
 .....

8. Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.

SI  NO

**Formato**

**Género**

Audio	<input type="radio"/>	Reportajes	<input type="radio"/>
Video	<input type="radio"/>	Documentales	<input type="radio"/>
Fotografía	<input type="radio"/>	Crónicas	<input type="radio"/>
Escritura	<input type="radio"/>	Ensayo	<input type="radio"/>
Todos los anteriores	<input type="radio"/>	Otros.....	

9. ¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista? Marca con una X.

Cultural  Científico  Tecnológico  Educativo

Antropológico  Otros.....

De libre elección  Sugerido por el Consejo Editorial

10. ¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?

SI  NO

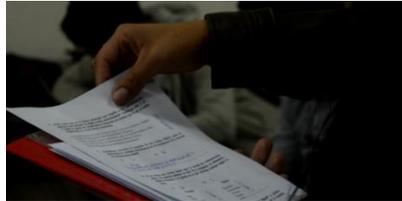


**Anexo 2: Modelo de entrevista de profundidad**

1. ¿Es importante para un docente realizar publicaciones?  
.....  
.....
2. ¿Conoce de espacios para publicación, como revistas académicas en nuestra facultad y universidad?  
.....  
.....
3. ¿Ha realizado, realiza o piensa realizar alguna publicación para algún medio institucional, como una revista científica?  
.....  
.....
4. ¿Qué es necesario para que un estudiante, docente o investigador realice publicaciones?  
.....  
.....
5. ¿Cree que los profesores publican en nuestra universidad por interés personal por el cumplimiento de reglamentos educativos?  
.....  
.....
6. ¿Con la implementación de reglamentos por la Senescyt, cree que ha aumentado las publicaciones?  
.....  
.....
7. ¿Considera que las universitarias del Ecuador están a la par de otras universidades en cuanto a publicaciones en revistas académicas se refiere?  
.....  
.....
8. ¿Están preparados y dispuestos los estudiantes y profesores para publicar?  
.....  
.....
9. ¿Qué métodos o estrategias podrían implementar los docentes para animar y preparar a sus estudiantes?  
.....  
.....
10. ¿Es necesaria la creación de un espacio para realizar publicaciones?  
.....  
.....

**Anexo 3: Registro fotográfico de la aplicación de encuestas**

- **Segundo ciclos**



- **Cuartos ciclos**



Periodismo Digital



Relaciones Públicas

- **Sextos ciclos**



Periodismo Digital



Relaciones Públicas

- **Novenos ciclos**



Periodismo Digital



Relaciones Públicas

**Anexo 4: Registro fotográfico de las entrevistas**



**Cecilia Molina.** Docente de la Carrera de Comunicación Social



**Máster Wilson Gárate.** Docente de la Carrera de Comunicación Social.



**Máster Hugo Johnson Humala.** Docente y Director de la Carrera de Comunicación Social.



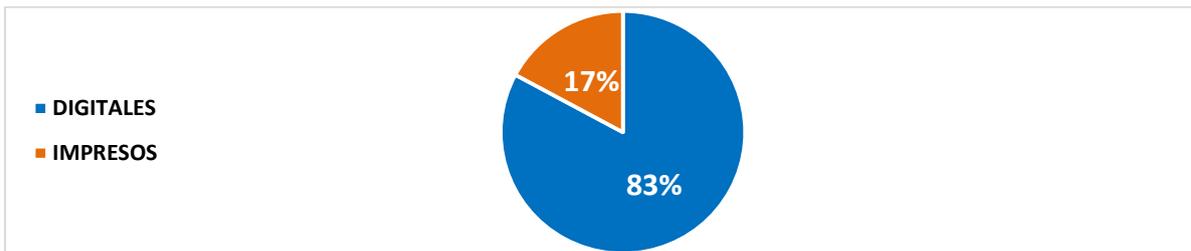
**PHD. Napoleón Almeida.** Docente y Director de la Carrera de Historia y G.



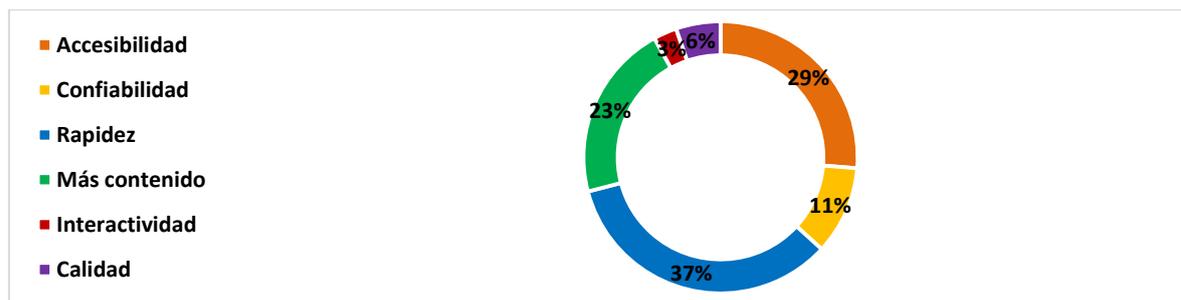
**Anexo 5: Tabulación de encuestas por estratos**

**a Segundos Ciclos de Comunicación Social (Primer estrato)**

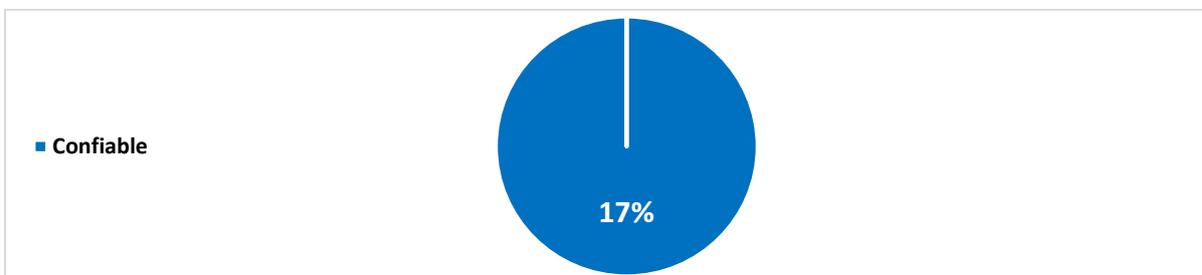
**1. Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurre frecuentemente?**



El 83% de los estudiantes de segundo ciclo, recurre a medios digitales y 17 % a medios impresos cuando requiere información confiable y de calidad.



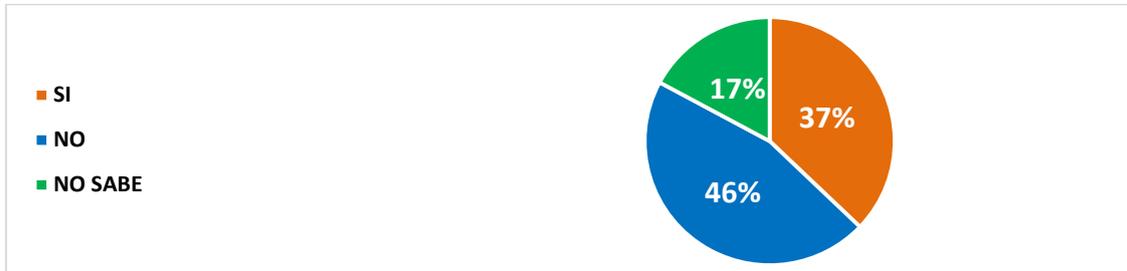
Las razones por las que los estudiantes visitan medios digitales esta que el 29% por accesibilidad, 11% por confiabilidad, 37% por la velocidad o rapidez, el 23% porque hay más contenido, el 3% por la interactividad y el 6% por la calidad que estos medios digitales les ofrecen.



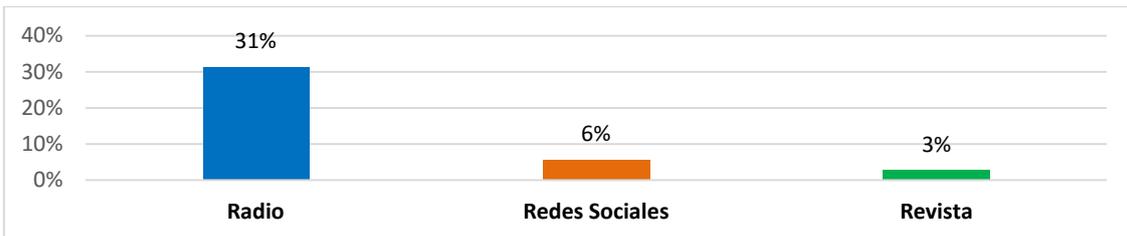
Mientras tanto, el 17% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad.



**2. ¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles?**

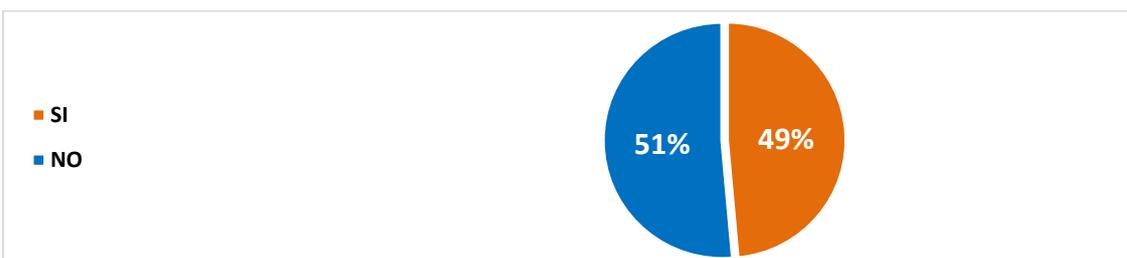


El 37% de los estudiantes afirman que si existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, el 47% afirma que no existen de medios con este fin, mientras que el 17% de encuestados restantes asegura no saber de la existencia o no de medios universitarios con la finalidad de publicar sus trabajos desarrollados en sus cátedras.



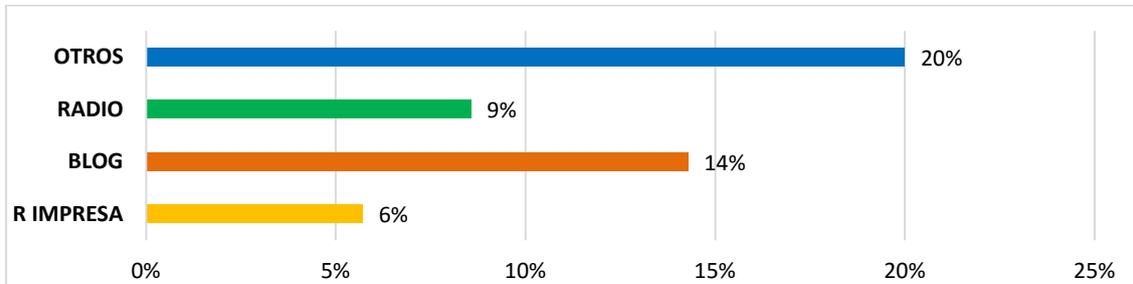
Por otro lado, de quienes conocen de la existencia de medios de comunicación con este fin el 31% se refiere a la radio Universitaria, 6% a redes sociales como Facebook y 3% a la revista académica Pucara.

**3. En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayas publicado algún trabajo estudiantil. Indica su nombre y el número de veces que lo has hecho.**



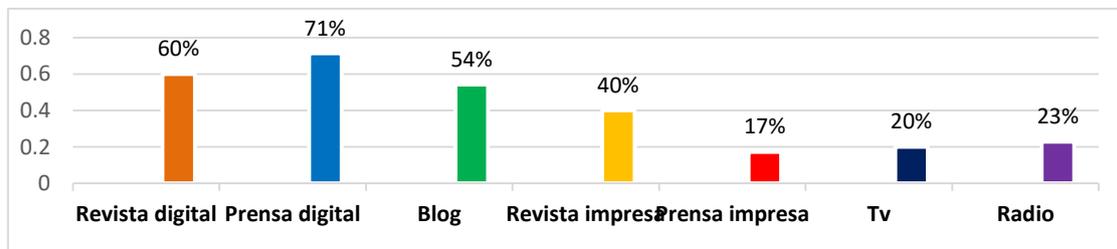


El 51% de los estudiantes mencionan que no han realizado ninguna publicación. El resto de estudiantes, el 49% ha realizado, al menos en una ocasión, publicación de sus trabajos de clase.



De quienes ha realizado publicaciones, el 20% lo ha hecho en distintos medios como, eVirtual, redes sociales como Facebook y YouTube. Mientras que el 14% en un blog creado en clase, 9% en la radio universitaria y el 6% en una revista impresa.

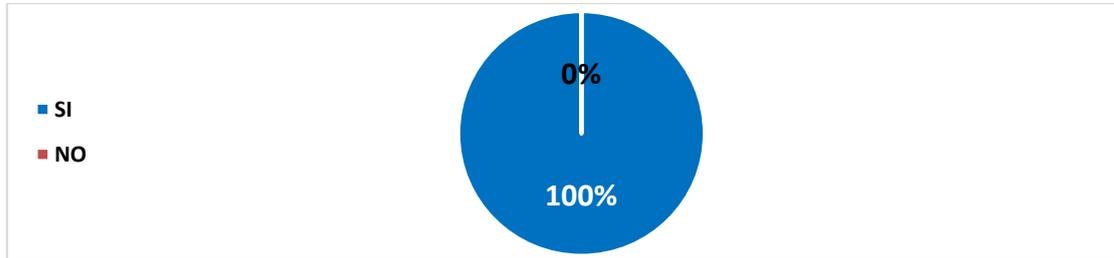
**4. De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles?**



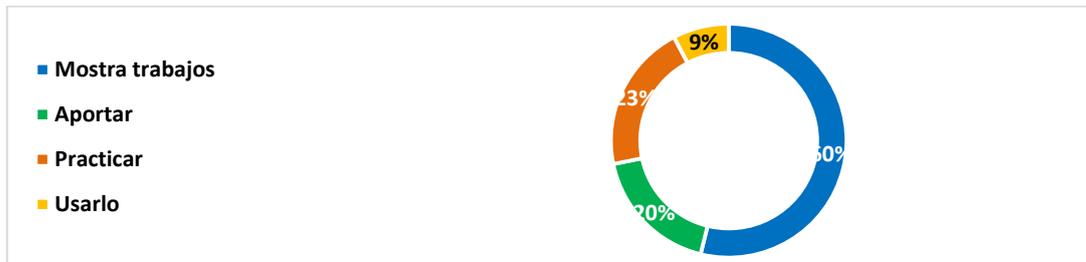
Según el rango de importancia e interés de los estudiantes, la Prensa digital es indispensable para publicar los trabajos en un 71%, la Revista digital en un 60%, el Blog en un 40%, la Radio en un 23%, la Televisión en un 20% y finalmente la Prensa escrita en un 17%. De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la Prensa digital.



**5. ¿Es importante para ti tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos?**



Con una respuesta afirmativa del 100% los estudiantes de este ciclo, han declarado que es importante tener espacios o medios de comunicación, para que sus trabajos sean publicados.



Las razones de su respuesta afirmativa a la pregunta son muy parecidas unas con otras, esto ha permitido que usemos términos concretos que resuman sus palabras. Es así que tenemos:

Mostrar trabajos, entendiéndolo como el deseo de compartir lo que se ha aprendido, el afán de que los mejores trabajos puedan ser vistos, de que no se queden en los cuadernos, hojas impresas, cds, carpetas guardadas.

Aportar, referido al deseo de que los trabajos realizados ofrezcan nuevos conocimientos obtenidos en clase, talleres, etc.

Practicar, entendido al ánimo que tienen los estudiantes de poner en ejecución su aprendizaje, de que se ponga en ejercicio sus habilidades con el fin de perfeccionarla.

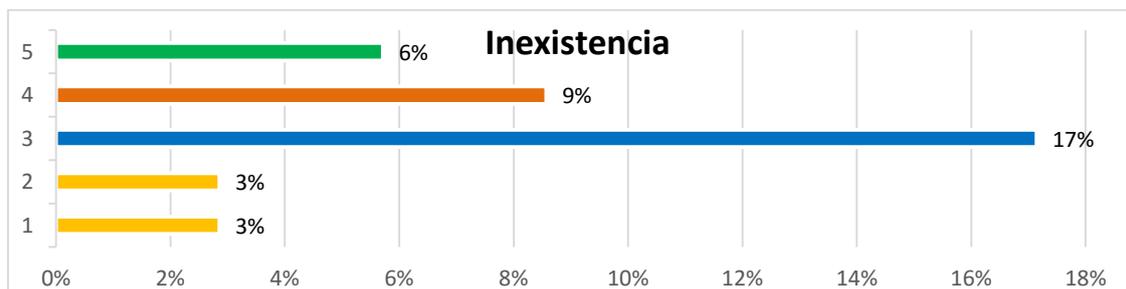
Usarla, entendido como las ansias de hacer uso o aprovechar al máximo los espacios hechos para los estudiantes. Es así que el 60% de los estudiantes



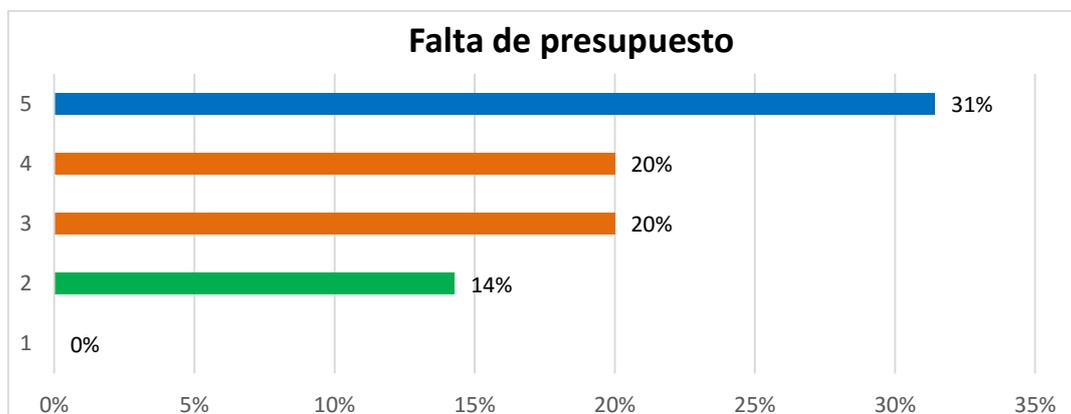
quieren el espacio para mostrar sus trabajos, el 20% para aportar con conocimientos, el 23% espera practicar sus habilidades y el 9% para darle un uso adecuado sin reservas.

**6. ¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario? Califique del 1 al 5 según el grado de importancia. Teniendo en cuenta que 5 es el más importante y 1 el de menor relevancia.**

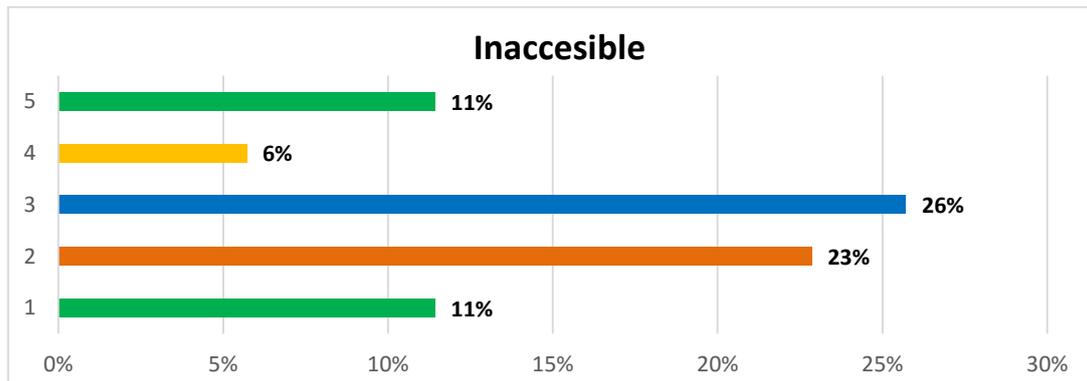
Los factores por los que los estudiantes dieron rango importancia son: Inaccesible (cuando las normas, políticas o requisitos son muy rigurosas; cuando el estudiante requiere un grado de experiencia para publicar) Falta de presupuesto, Inexistencia, Desinterés y Desmotivación.



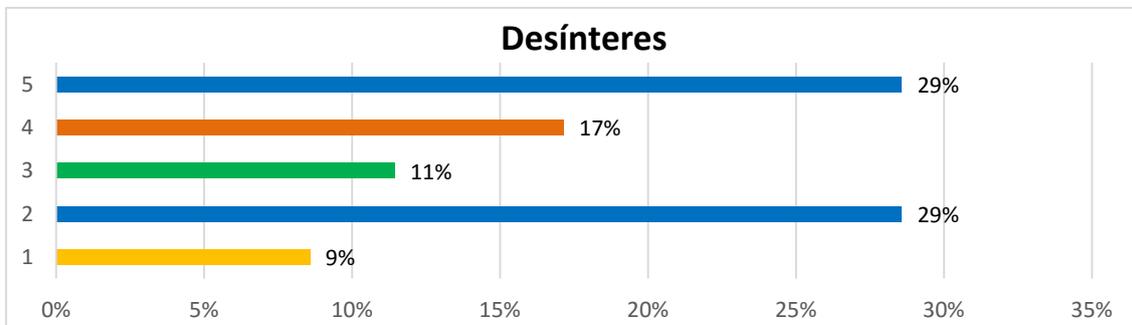
Para el factor Inexistencia, el rango de importancia más alto es el de 3, 17% del alumnado lo menciona así.



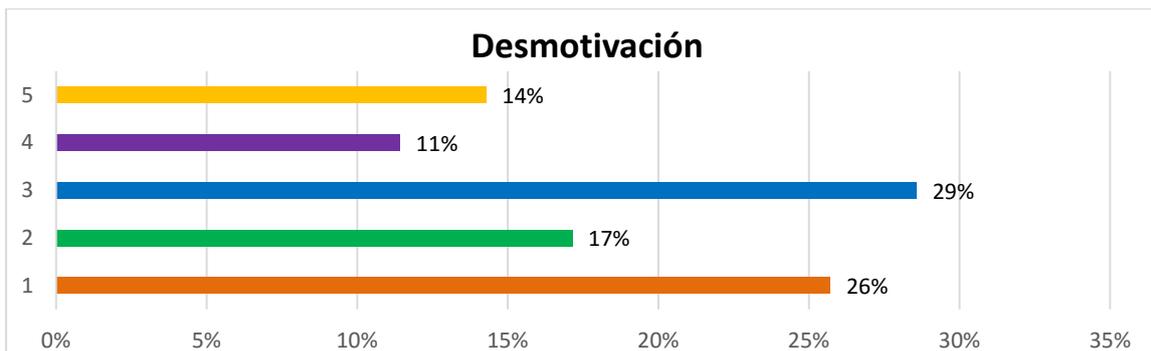
Para el factor Falta de presupuesto el rango más alto es el de 5 con el 31% de todo el curso.



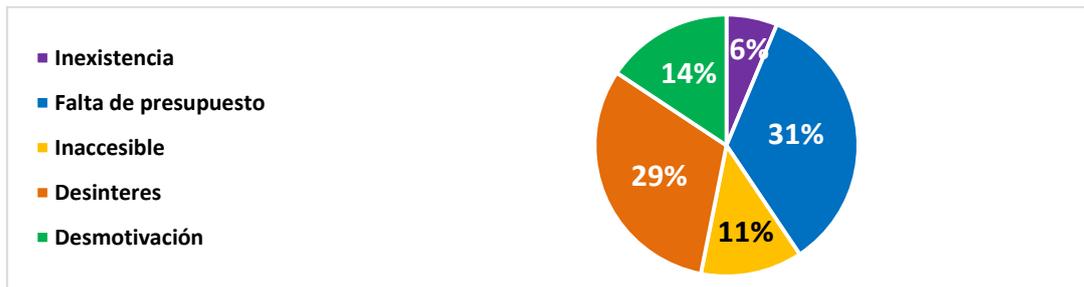
Para el factor Inaccesible el 26% del curso dice que el rango de importancia más alto es el de 3.



En cuanto al factor de Desinterés el 29% de los estudiantes dicen que los rangos 2 y 5 son importantes. El promedio entre estos dos números es el 3.

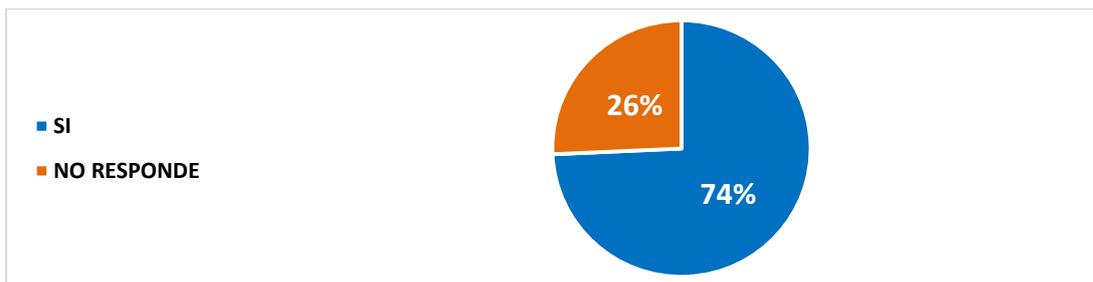


El factor Desmotivación tiene el número 3 con el rango más alto con un 29%.

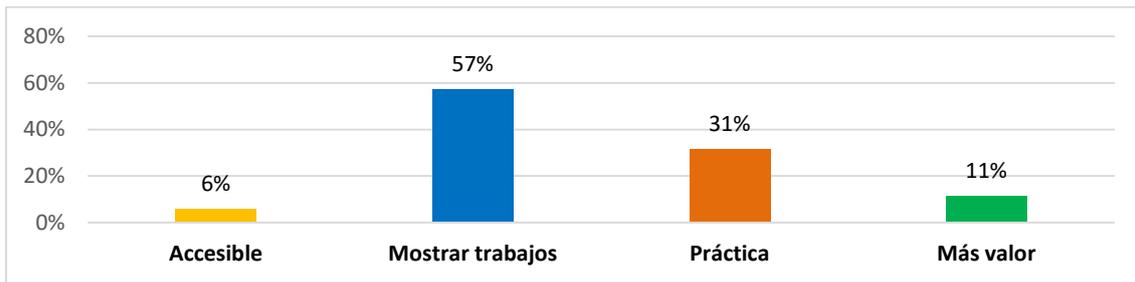


Podemos notar de esta manera, que el factor, en grado de importancia 5, que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 31%, seguido el desinterés de parte de los estudiantes por publicar con el 29%. La desmotivación, con el 14%, es el tercer factor que impide publicar a los estudiantes, en cuarto lugar está el inacceso con el 11% y finalmente la inexistencia de espacios con el 6% es el quinto factor que impide publicar a los estudiantes. Con esto notamos que la falta de presupuesto para crear espacios y el desinterés de los profesores y estudiantes por publicar son los factores más relevantes por los cuales no hay publicaciones en nuestra carrera.

**7 ¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social?**

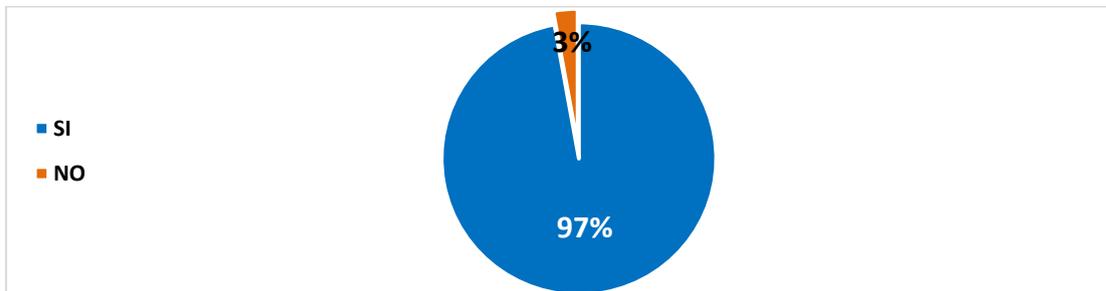


El 74% de los estudiantes consideran necesaria la creación de una revista, mientras que el resto ha preferido no contestar, algunos han mencionado prefieren otro medio como la prensa digital.

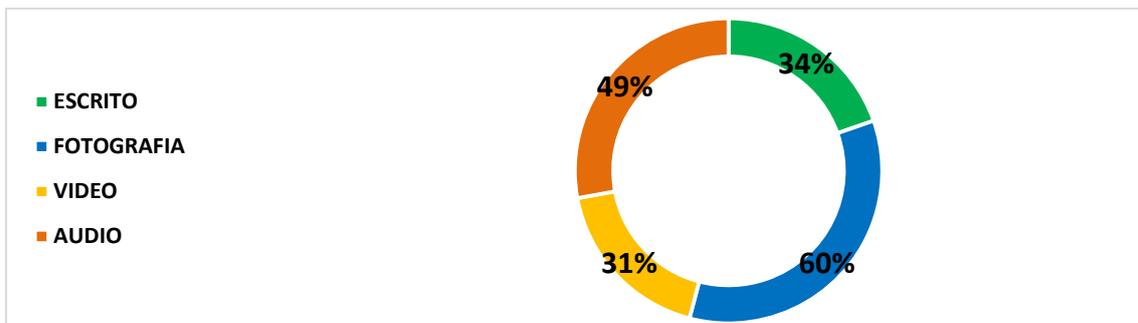


La razón por la que los estudiantes han afirmado que es necesario la creación de una revista digital es porque 6% de estudiantes creen que es accesible, el 57% dice que es necesario para mostrar trabajos, el 31% menciona que es necesario para practicar y el 11% de los estudiantes creen que es necesaria una revista porque el variado contenido le da más valor.

**8. Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.**

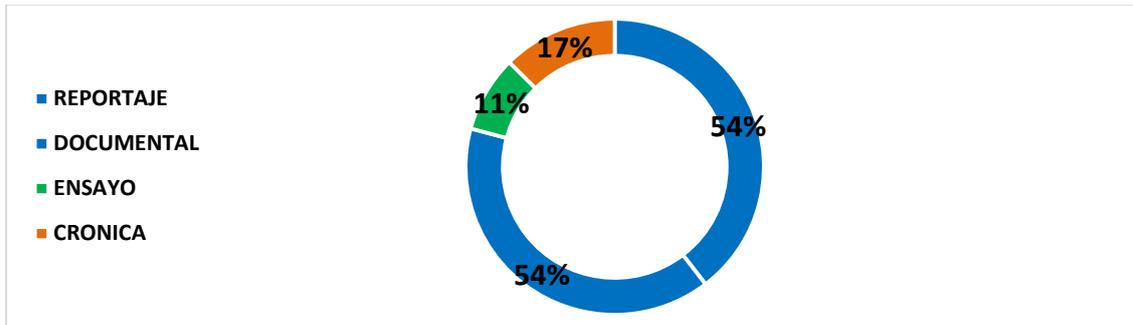


En la posibilidad de que existe la revista digital el 97% de los estudiantes ha afirmado que si es dispuesto a publicar en ella. El 3% de los estudiantes, ha preferido no realizar publicaciones puesto que es un tanto peligroso que sus trabajos sean plagiados.



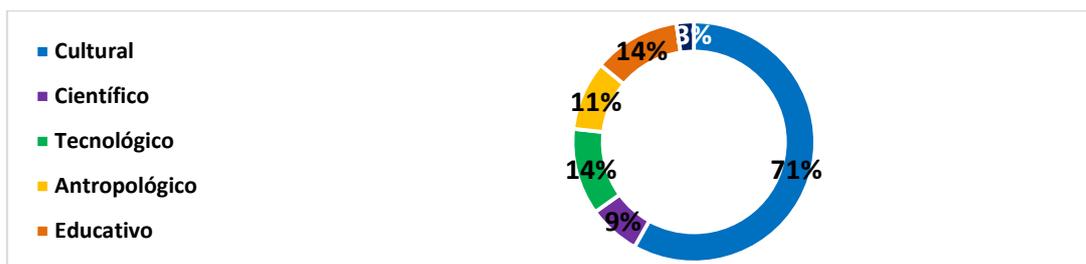


Si la revista digital existiera, quienes han afirmado que si publicarían preferirían realizar en los siguientes formatos. 60% de los estudiantes prefiere realizar trabajos de fotografía, el 49% prefiere trabajos sonoros, el 34% prefiere artículos escritos y el 31 % de los estudiantes prefieren hacer trabajos en video.

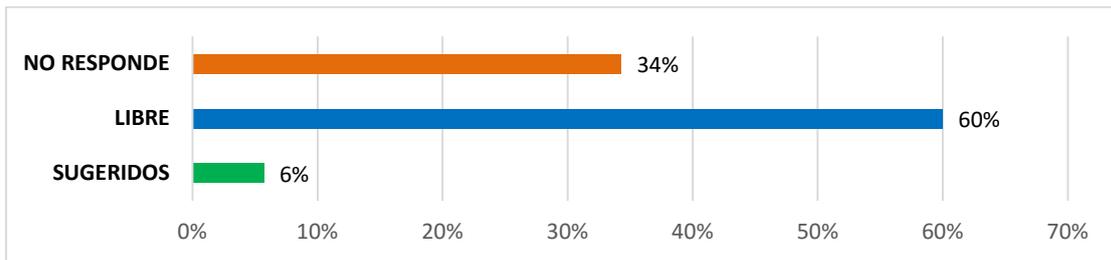


Por otro lado acerca de los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse está que el 54% de los estudiantes prefieren el género documental y el género de reportaje. Mientras que el 17% prefiere el género de la crónica y el 11% preferiría el ensayo.

**9. ¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista?**

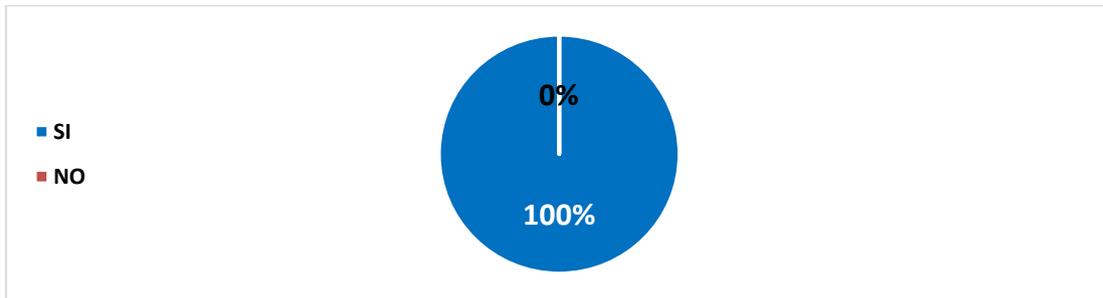


En cuanto a qué temas podrían desarrollar, el 71% prefiere los temas de cultura, el segundo tema preferido son los temas educativos y tecnológicos con el 14%, seguido con el 11% están los temas antropológicos, los temas científicos los prefieren el 9% y finalmente el tema deportivo tiene el 3% de preferencia.



Para la selección del tema, 60% de los estudiantes han preferido que sea por elección, el 6% de los estudiantes espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 34% de los estudiantes no responde.

**10. ¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?**

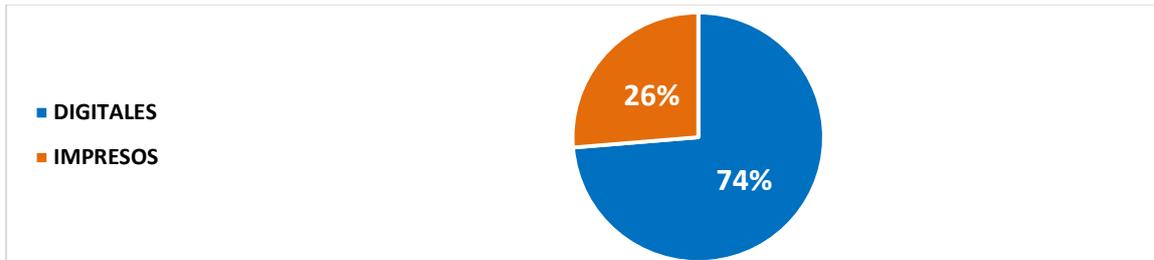


El 100% de los estudiantes espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales.

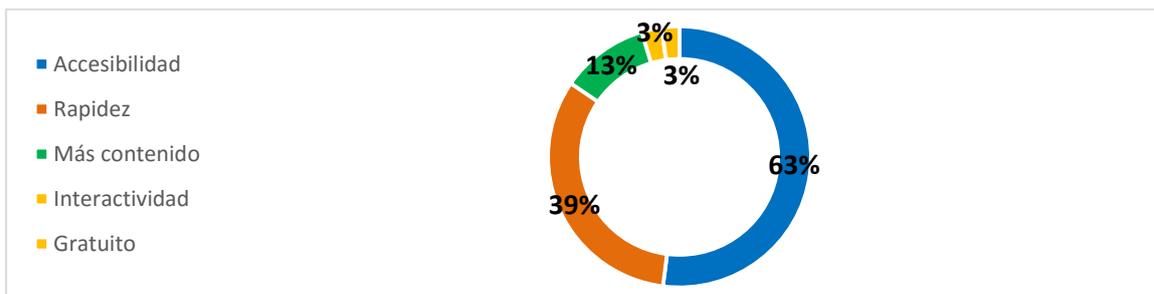


**b. Tabulación de datos de los cuartos ciclos de la Carrera de Comunicación Social (Segundo estrato)**

**1. Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurre frecuentemente?**

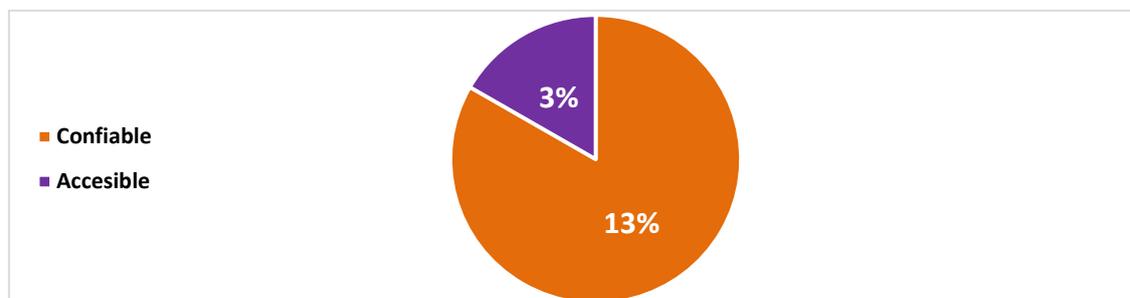


El 61% de los estudiantes de segundo ciclo, recurre a medios digitales y 13 % a medios impresos cuando requiere información confiable y de calidad.



Las razones por las que los estudiantes visitan medios digitales están que el 63% de ellos lo hacen por la accesibilidad, 39% por la velocidad o rapidez, el 13% porque hay más contenido, 3% por interactividad y porque es gratuito, bajo costo

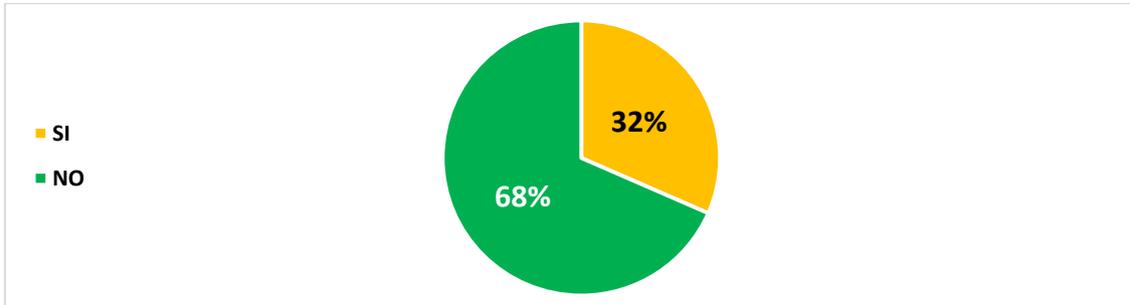
Mientras tanto, el 13% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad y el 3% por lo accesible.



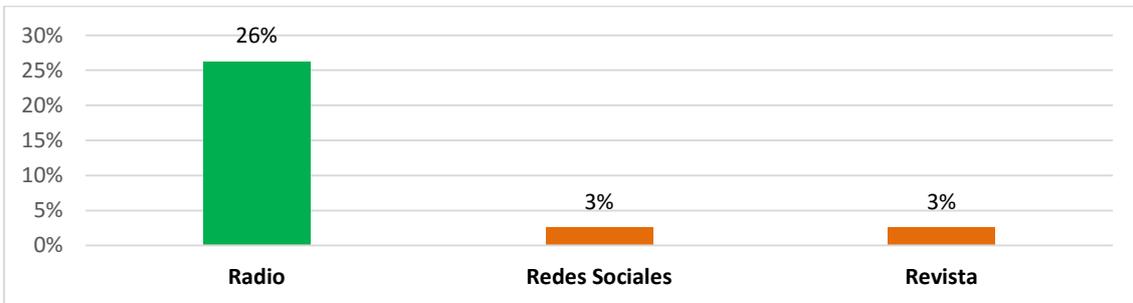
Mientras tanto, el 13% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad y el 3% por lo accesible.



**2. ¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles?**

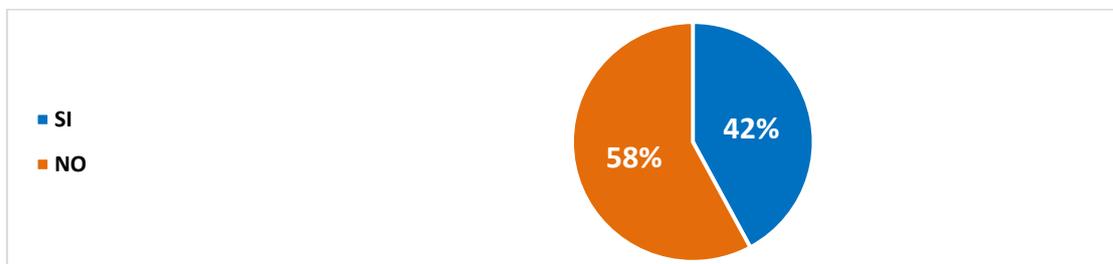


El 32% de los estudiantes afirman que si existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, mientras que el 68% afirma que no existen medios con este fin.

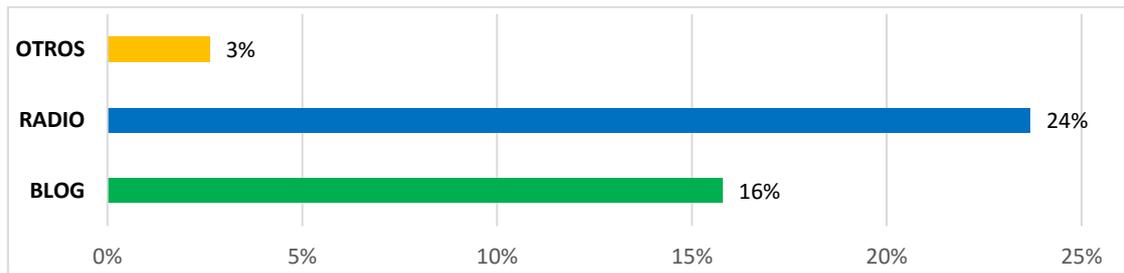


Por otro lado, de quienes conocen de la existencia de medios de comunicación con este fin el 26% se refiere a la radio Universitaria, 3% a redes sociales como Facebook y 3% a la revista académica Pucara.

**3. En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayas publicado algún trabajo estudiantil. Indica su nombre y el número de veces que lo has hecho.**

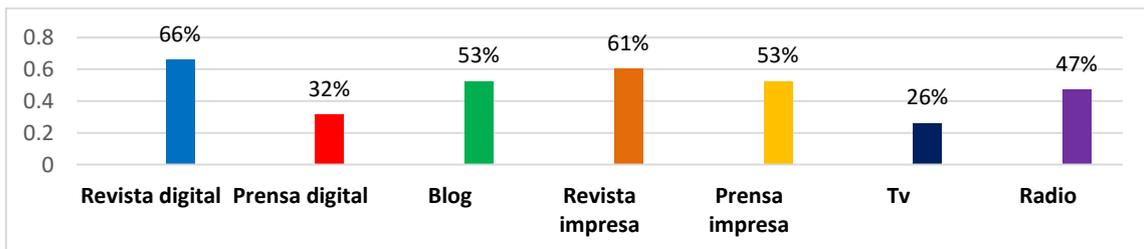


El 58% de los estudiantes mencionan que no han realizado ninguna publicación. El resto de estudiantes, el 42% ha realizado, al menos en una ocasión, publicación de sus trabajos de clase.



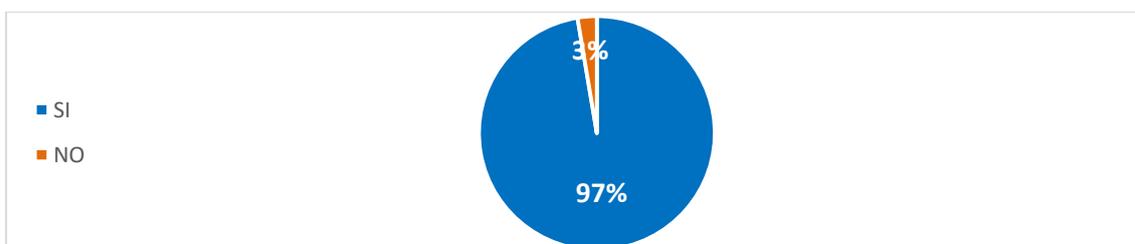
El 24% de quienes han realizado publicaciones, lo han hecho en Radio Universitaria, el 16% en un blog. Blog creado en clase. Finalmente el 3% se refiere a las publicaciones realizadas en el portal de tareas universitario, eVirtual.

**4. De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles?**

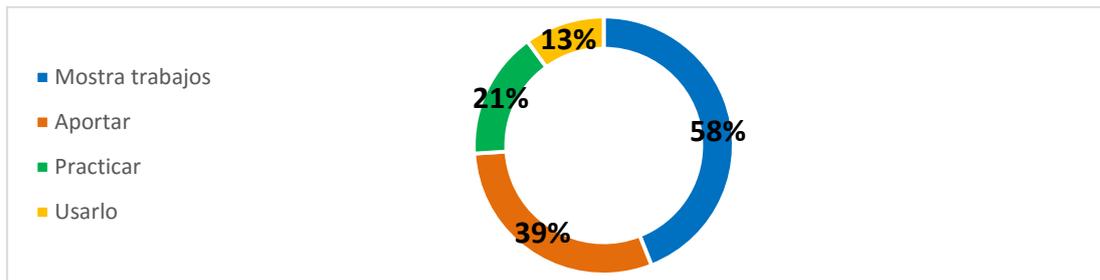


Según el rango de importancia e interés de los estudiantes, la Revista digital es indispensable para publicar los trabajos en un 66%, la Revista impresa en un 61%, el Blog en un 53%, la Prensa impresa y Prensa escrita en un 32% y finalmente la Televisión en un 25%. De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la Revista digital.

**5. ¿Es importante para ti tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos?**



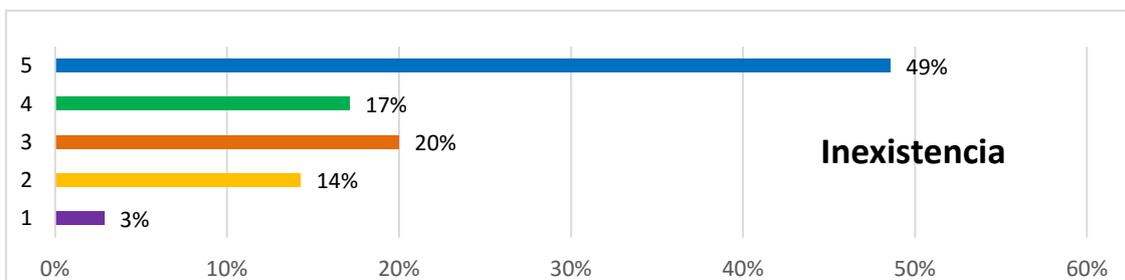
Con una respuesta afirmativa del 97% los estudiantes de este ciclo han declarado que es importante tener espacios o medios de comunicación, para que sus trabajos sean publicados, mientras que el 3% considera innecesario



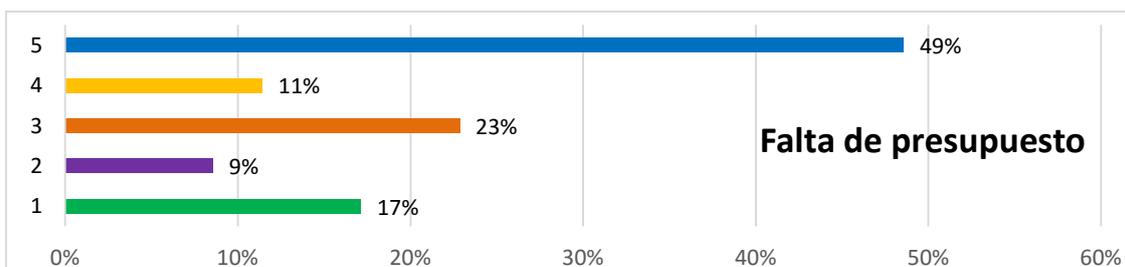
El 58% de los estudiantes quieren el espacio para mostrar sus trabajos, el 38% para aportar con conocimientos, el 21% espera practicar sus habilidades y el 13% para darle un uso adecuado sin reservas.

**6. ¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario? Califique del 1 al 5 según el grado de importancia. Teniendo en cuenta que 5 es el más importante y 1 el de menor relevancia.**

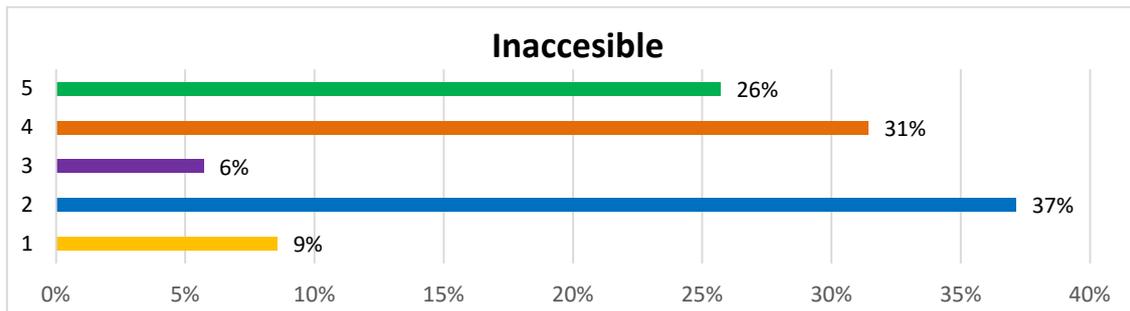
Los factores por los que los estudiantes dieron rango importancia son: Inaccesible (cuando las normas, políticas o requisitos son muy rigurosas; cuando el estudiante requiere un grado de experiencia para publicar) Falta de presupuesto, Inexistencia, Desinterés y Desmotivación.



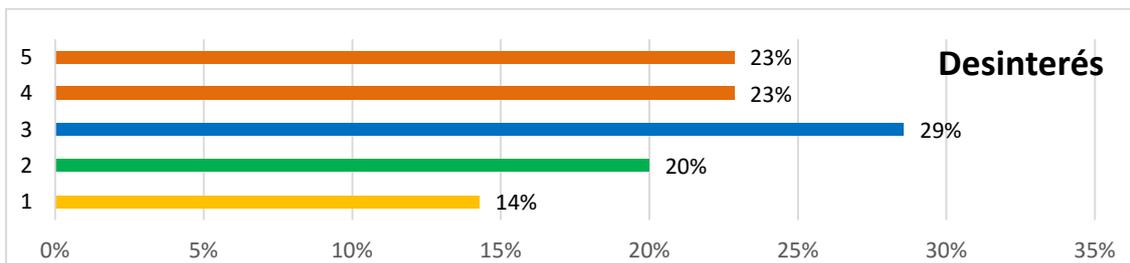
Para el factor Inexistencia, el rango de importancia más alto es el de 5, 49% del alumnado lo menciona así.



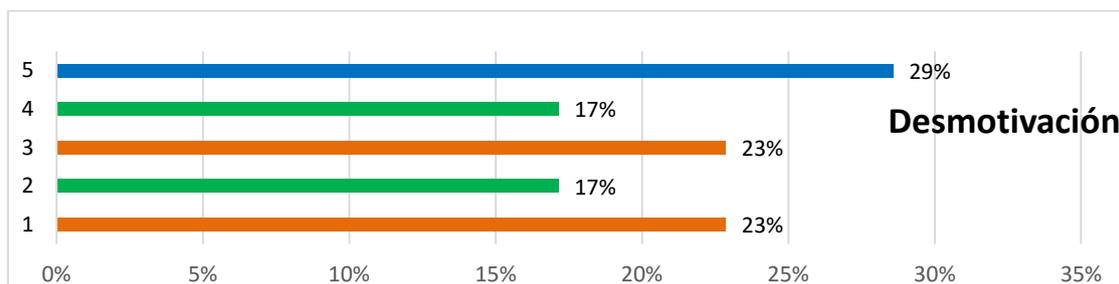
Para el factor Falta de presupuesto el rango más alto es el de 5 con el 49% de todo el curso.



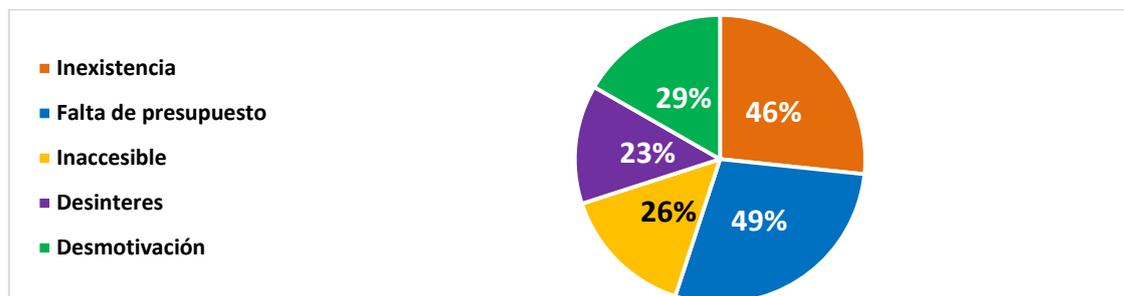
Para el factor Inaccesible el 37% del curso dice que el rango de importancia más alto es el de 2.



En cuanto al factor de Desinterés el 29% de los estudiantes dicen que el rango 3 de importancia.



El factor Desmotivación tiene el rango más alto 5 con el alto con un 29%.



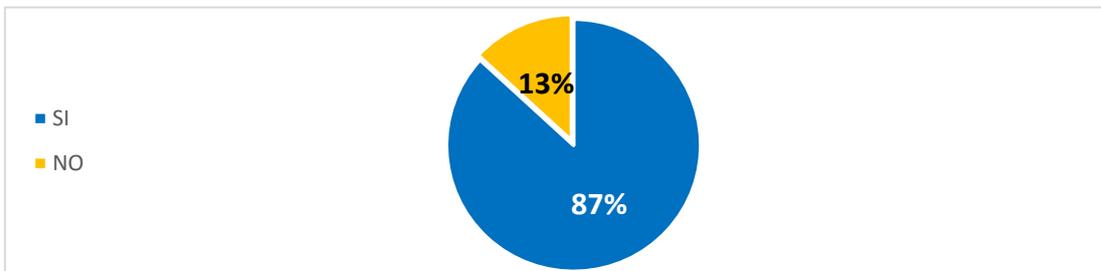
Podemos notar de esta manera, que el factor, en grado de importancia 5, que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 49%, seguido de la inexistencia de parte de los estudiantes por publicar con el 46%. La desmotivación, con el 29%, es el tercer factor que impide publicar a los estudiantes, otro factor, el desinterés con el 23% y finalmente la



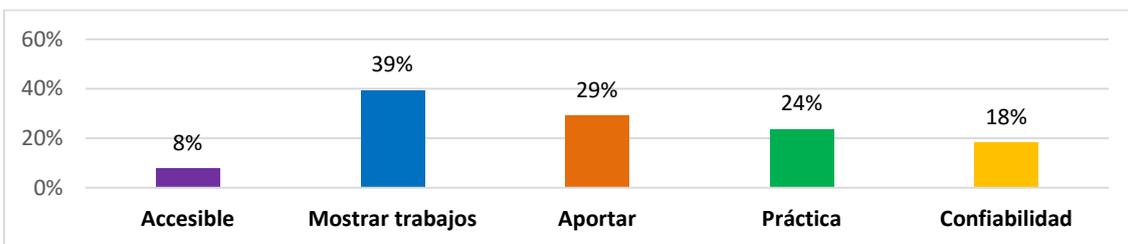
inexistencia de espacios es el quinto factor que impide publicar a los estudiantes sus realizaciones

Con esto notamos que la falta de presupuesto para crear espacios, seguido de la inexistencia de medios, son los factores más relevantes por los cuales no hay publicaciones en nuestra carrera.

**7 ¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social?**



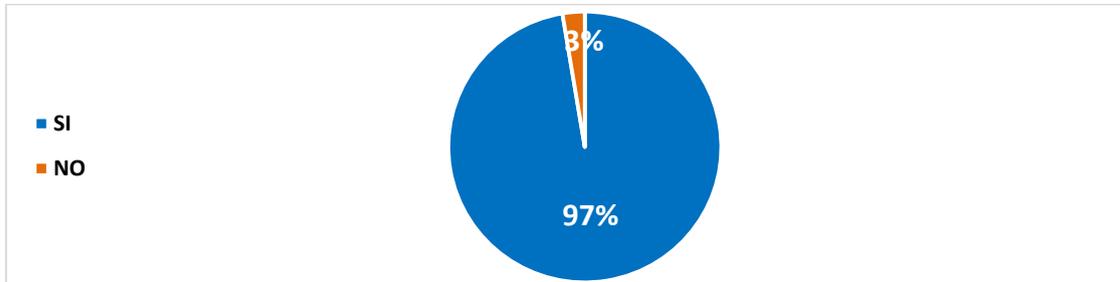
El 87% de los estudiantes consideran necesaria la creación de una revista, mientras que el 13% menciona que prefieren otro medio como la prensa digital.



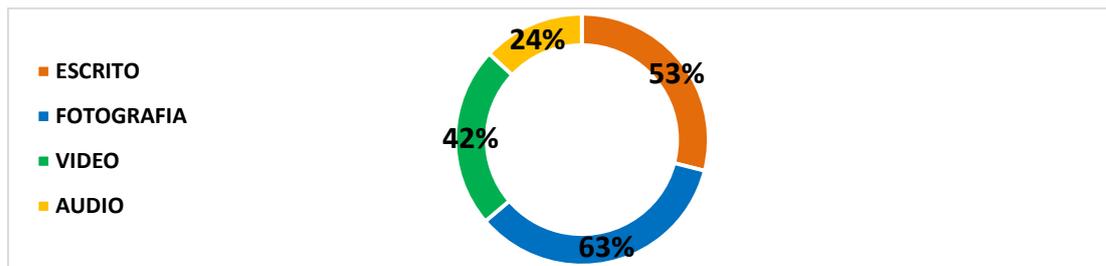
Es importante crear la revista, pues el 39% de los estudiantes dicen que es necesario para mostrar trabajos, el 29% menciona que es necesario para aportar conocimientos, el 24% desea la revista para practicar, el 18% se apoya en la confiabilidad y finalmente el 8% de los estudiantes creen que es necesaria una revista porque es accesible a los estudiantes.



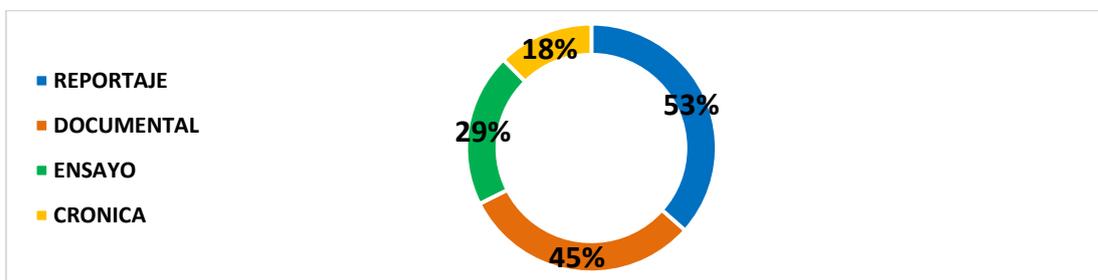
**8. Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.**



En la posibilidad de que exista la revista digital, el 97% de los estudiantes ha afirmado que si están dispuesto a publicar en ella. El 3% no realizará publicaciones.



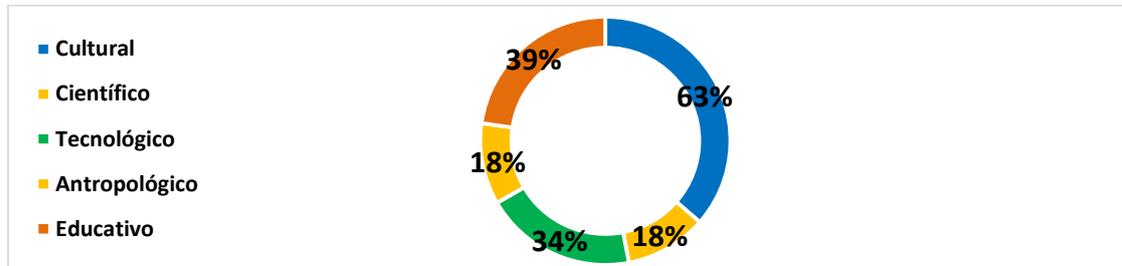
Si la revista digital existiera, quienes han afirmado que si publicarían preferirían realizar sus trabajos en los siguientes formatos: 63% fotografía, el 53% trabajos escritos, el 24% videos y finalmente el 42 % trabajos sonoros.



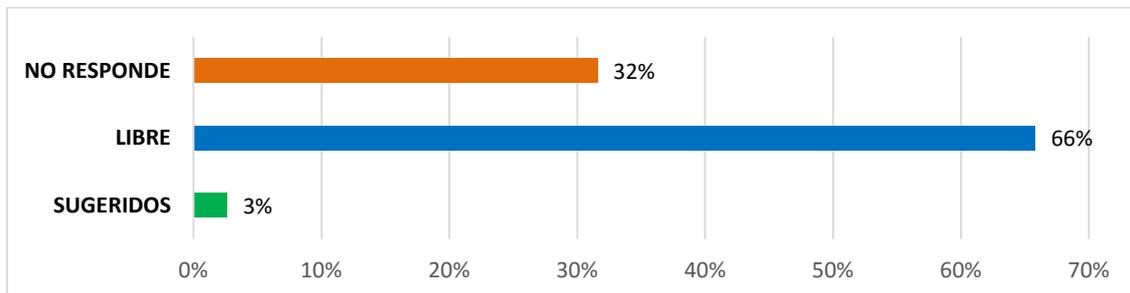
En cuanto a los géneros periodísticos: el 45% prefiere el género reportaje, 45% escoge hacer documentales. Mientras que el 29% prefiere el género de ensayo y el 18% se inclina por la crónica. Todos estos géneros pueden ser desarrollados con los formatos ya mencionados



**9. ¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista?**

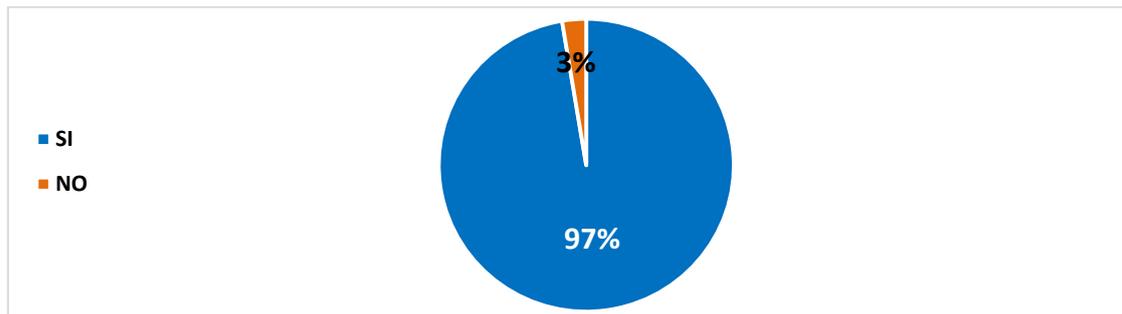


En cuanto a qué temas podrían desarrollar, el 63% prefiere los temas de cultura, el segundo tema preferido son los educativos, 34% prefiere el géneros de redacción tecnológico, el 18% de los estudiantes opta por los temas antropológicos y científicos.



Para la selección del tema, 26% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre, el 3% espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 26% de los estudiantes no responde.

**10. ¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?**

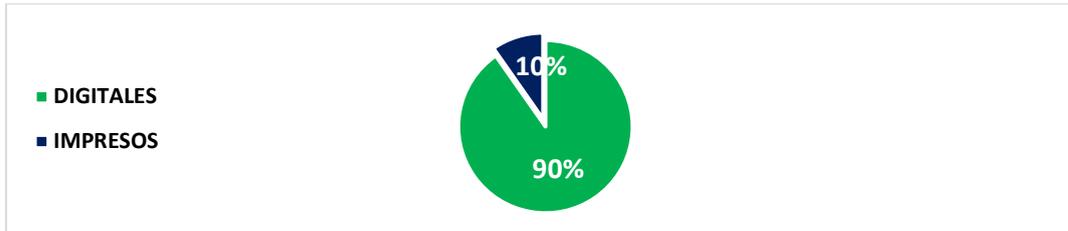


El 97% de los estudiantes espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales. Mientras que el 3% no esperaría realizar prácticas en la revista digital.

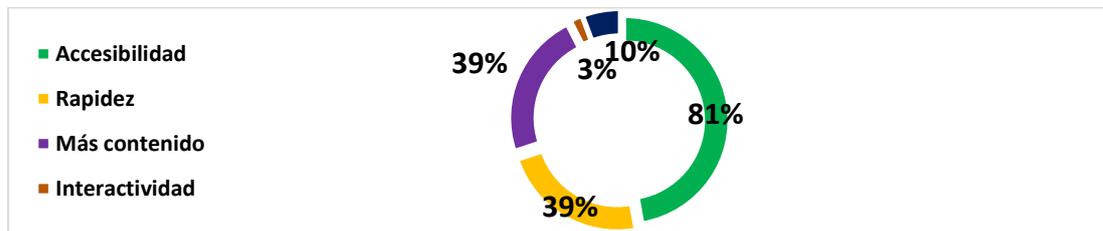


**c. Tabulación de datos de los sextos ciclos de la Carrera de Comunicación Social (Tercer estrato)**

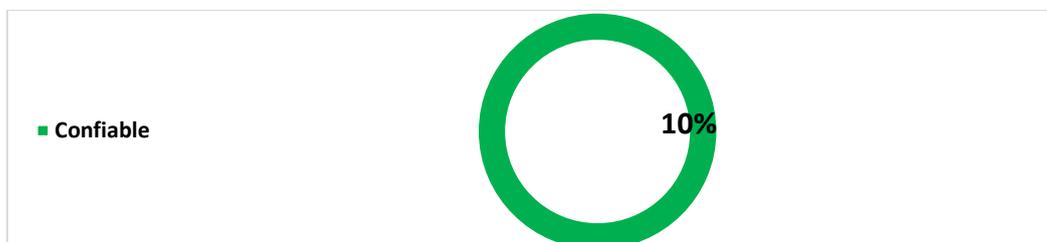
**1. Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurre frecuentemente?**



El 90% de los estudiantes de segundo ciclo, recurren a medios digitales y 10 % a medios impresos cuando requiere información confiable y de calidad.



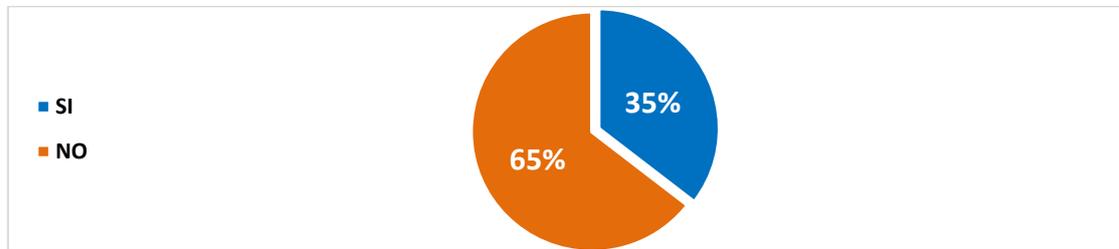
Las razones por las que los estudiantes visitan medios digitales están en que, el 81% de ellos recurren por la accesibilidad, 39% por la velocidad o rapidez, el 39% porque hay más contenido y 3% por interactividad.



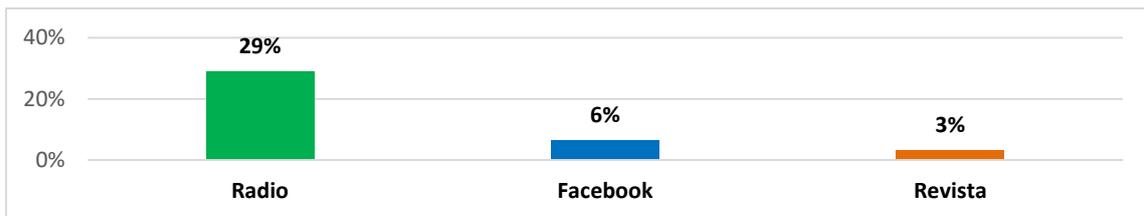
Mientras tanto, el 10% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad.



**2. ¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles?**

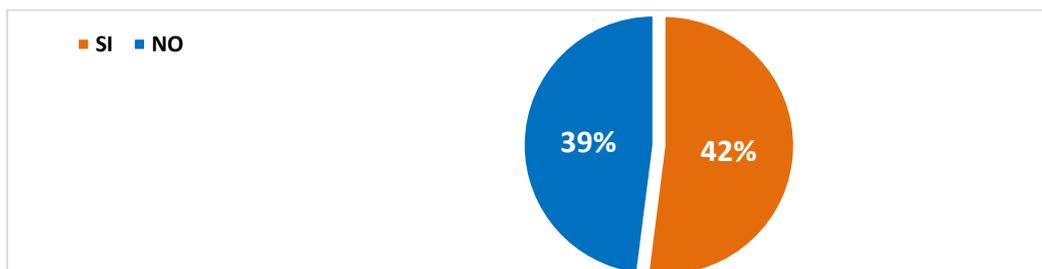


El 35% de los estudiantes afirman que si existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, mientras que el 65% afirma que no existen medios con este fin.



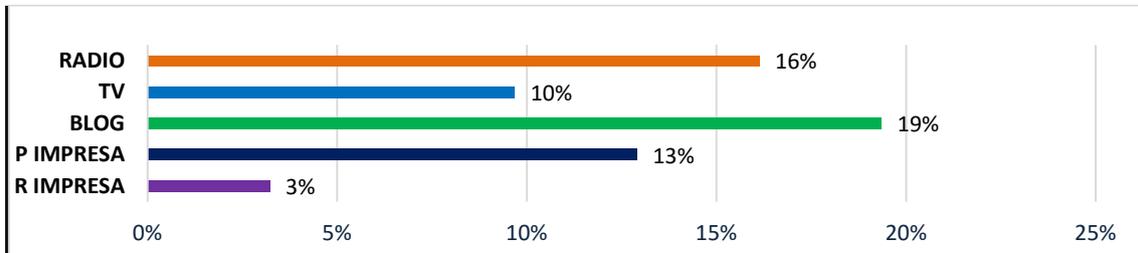
Por otro lado, de quienes conocen la existencia de medios de comunicación con este fin el 29% se refiere a la radio Universitaria, 6% a redes sociales como facebook y 3% a la revista académica Pucara.

**3. En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayas publicado algún trabajo estudiantil. Indica su nombre y el número de veces que lo has hecho.**



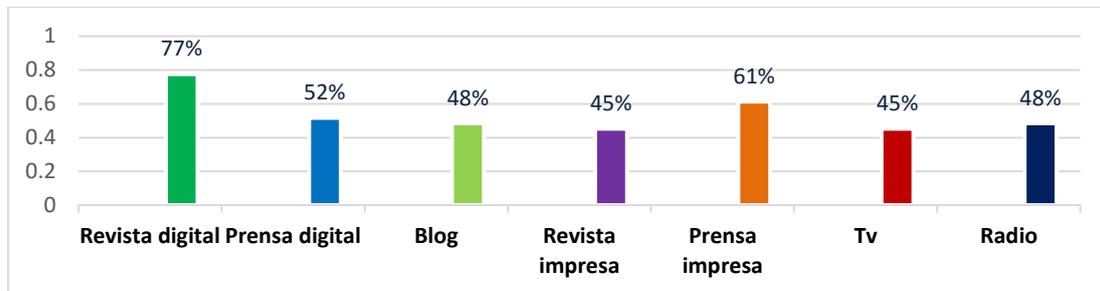


El 39% de los estudiantes mencionan que no han realizado ninguna publicación. El resto de estudiantes, el 42% ha realizado, al menos en una ocasión, publicaciones de sus trabajos de clase.



El 48% de quienes han realizado publicaciones, lo han hecho en un blog. Blog creado en clase. El 45% en Radio Universitaria, el 19% en prensa impresa, 10% en TV y finalmente el 3% se refiere a las publicaciones realizadas en prensa impresa como el Mercurio.

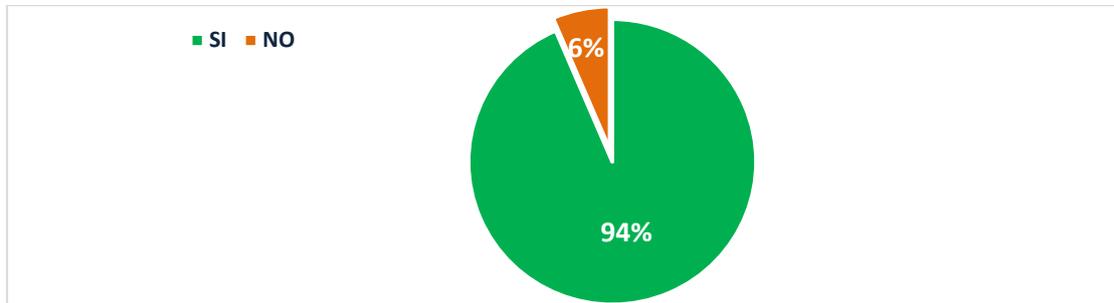
**4. De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles?**



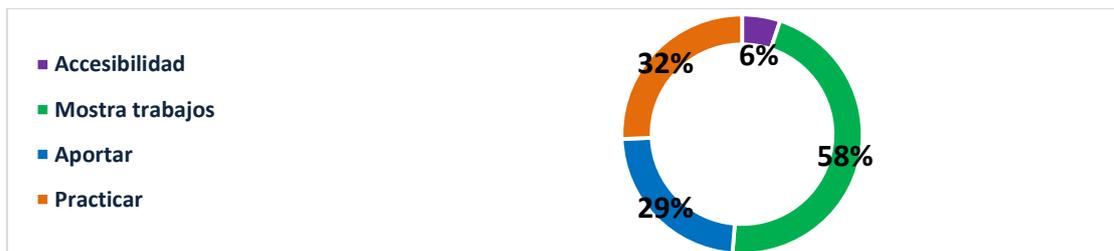
Según el rango de importancia e interés de los estudiantes, en un 77%, la revista digital es indispensable para publicar los trabajos, la Revista impresa en un 61%, la prensa digital en un 52%, el blog y radio en un 48%, la Prensa impresa y TV en un 45%, De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la Revista digital.



**5. ¿Es importante para ti tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos?**



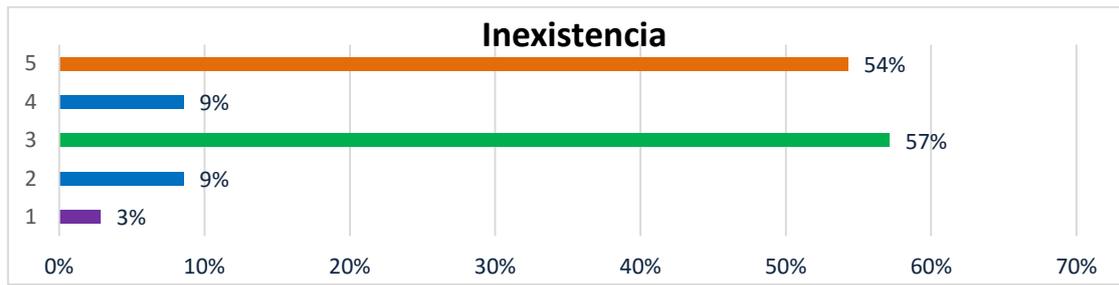
Con una respuesta afirmativa del 94% los estudiantes de este ciclo han declarado que es importante tener espacios o medios de comunicación, para que sus trabajos sean publicados. A diferencia de ellos, el 6% quiere dejarlo así, puesto que no sería importante.



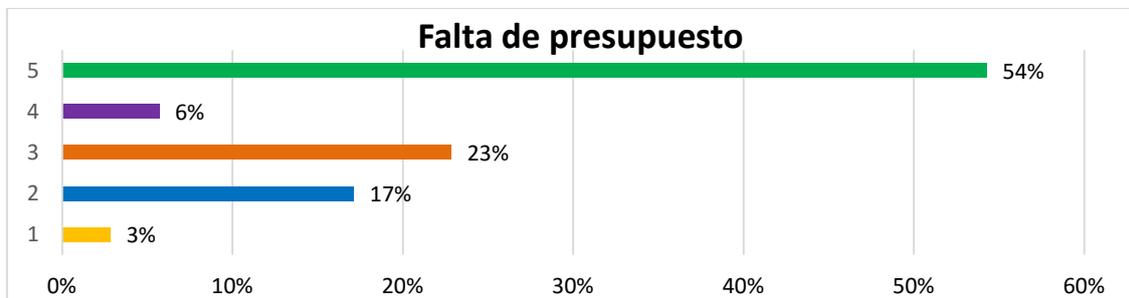
El 58% de los estudiantes quieren el espacio para mostrar sus trabajos, el 32% espera practicar sus habilidades, el 29% para aportar con conocimientos, y el 6% lo requiere por la accesibilidad o facilidad.

**6. ¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario? Califique del 1 al 5 según el grado de importancia. Teniendo en cuenta que 5 es el más importante y 1 el de menor relevancia.**

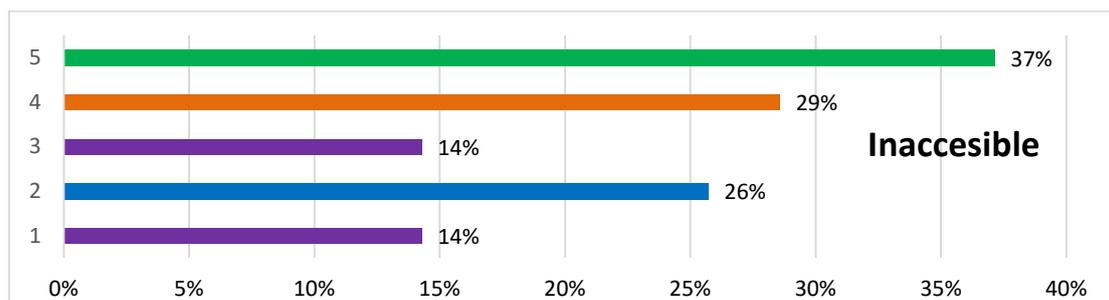
Los factores por los que los estudiantes dieron rango importancia son: Inaccesible (cuando las normas, políticas o requisitos son muy rigurosas; cuando el estudiante requiere un grado de experiencia para publicar) Falta de presupuesto, Inexistencia, Desinterés y Desmotivación.



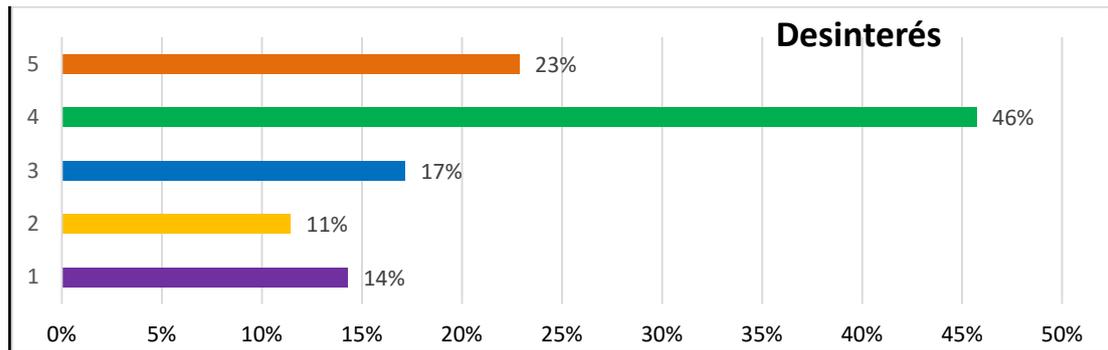
Para el factor Inexistencia, el rango de importancia más alto es el de 3, 57% del alumnado lo menciona así.



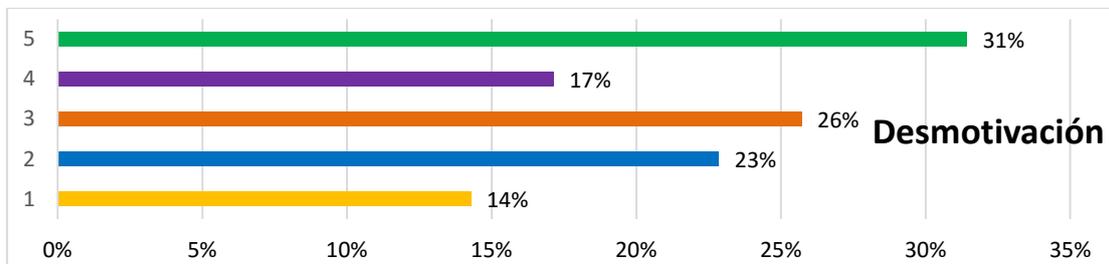
Para el factor Falta de presupuesto el rango más alto es el de 5 con el 54% de todo el curso.



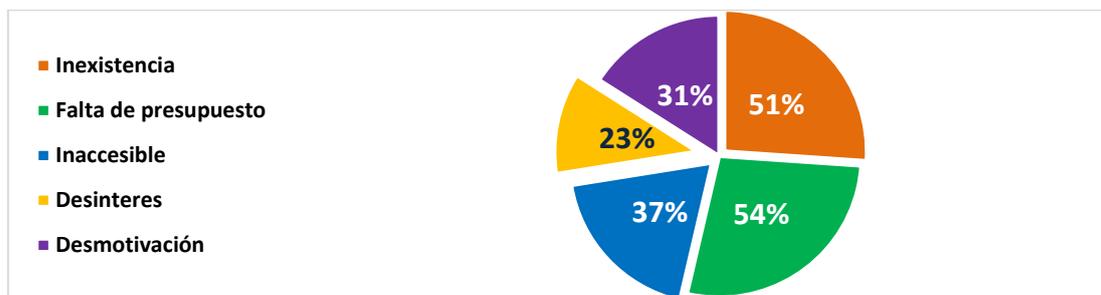
Para el factor Inaccesible el 37% del curso dice que el rango de importancia más alto es el de 5.



En cuanto al factor de Desinterés el 46% de los estudiantes dicen que el rango 4 de importancia.



El factor Desmotivación tiene el rango más alto 5 con el alto con un 31%.

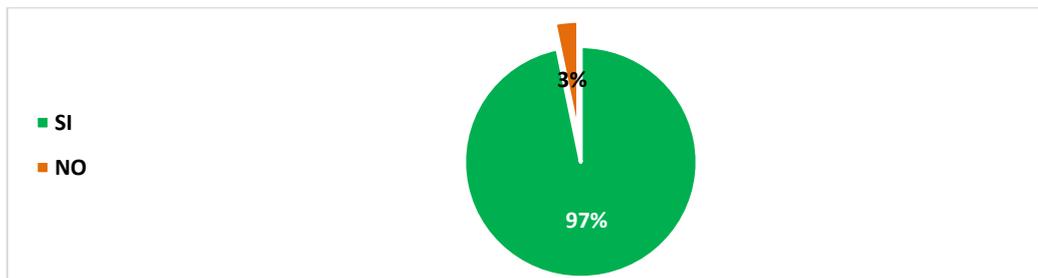


Podemos notar de esta manera, que el factor, en grado de importancia 5, que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 54%, seguido de la inexistencia de espacios para publicar con el 51%. Lo inaccesible con el 37%, la desmotivación, con el 31%, es el cuarto factor que impide publicar a los estudiantes, otro factor, el desinterés con el 23% y finalmente la inexistencia de espacios es el quinto factor que impide publicar a los estudiantes sus realizaciones.



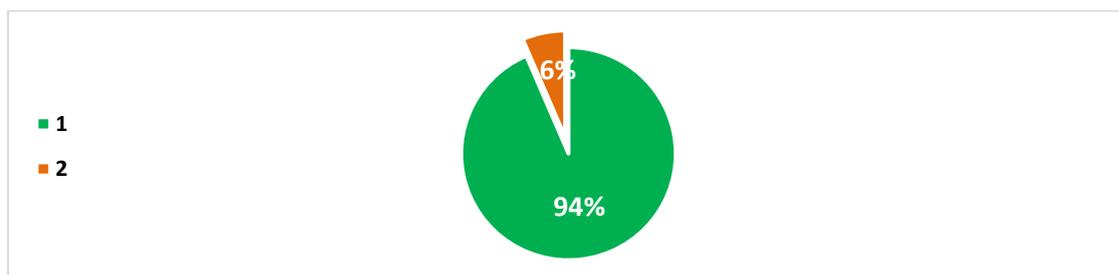
Con esto notamos que la falta de presupuesto para crear espacios, seguido de la inexistencia de medios, son los factores más relevantes por los cuales no hay publicaciones en nuestra carrera.

**7 ¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social?**

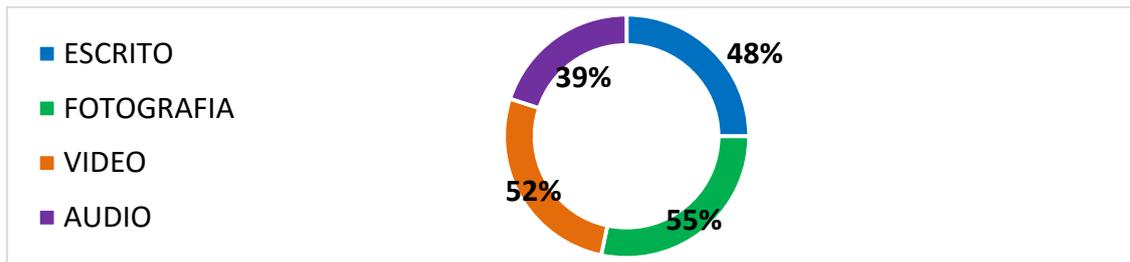


El 97% de los estudiantes de este ciclo, han afirmado que es necesaria la creación de una revista digital, en el que se puedan publicar sus trabajos.

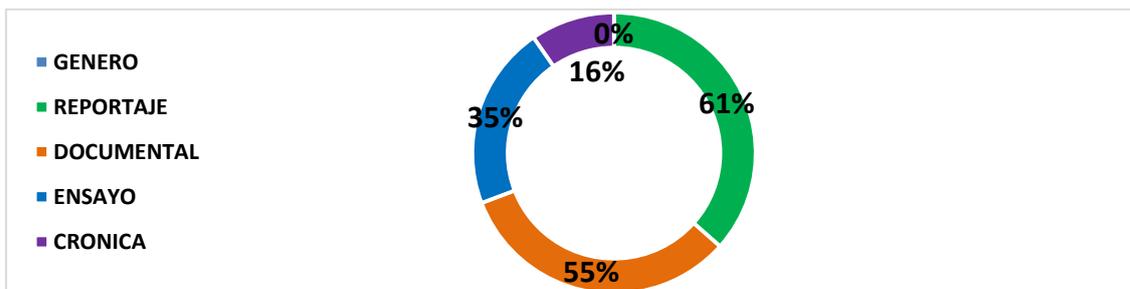
**8. Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.**



Si la revista existiera, el 94% de los estudiantes si desean realizar publicaciones en la revista digital, mientras que el 6% prefiere no hacerlo puesto que sus trabajos podrían ser plagiados



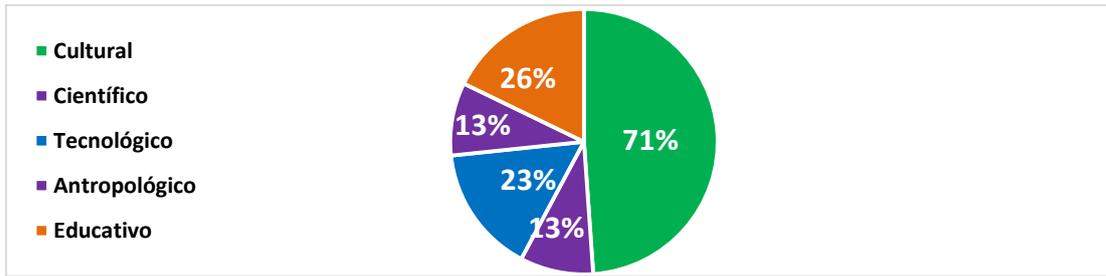
Si la revista digital existiera, quienes han afirmado que si publicarían preferirían realizar sus trabajos en los siguientes formatos. 55% con realizaciones de fotografía, el 52% prefiere realizar videos, el 48% prefiere crear trabajos escritos y finalmente el 39% de los estudiantes prefieren hacer trabajos sonoros.



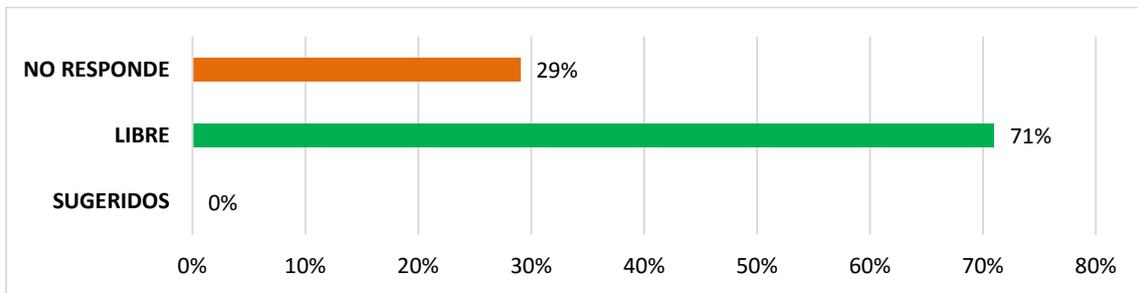
Por otro lado acerca de los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse está que, el 61% de ellos prefieren el género reportaje, 55% escoge hacer documentales. Mientras que el 35% prefiere el ensayo y el 16% se inclina por la crónica.

Todos estos géneros pueden ser desarrollados con los formatos ya mencionados.

**9. ¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista?**

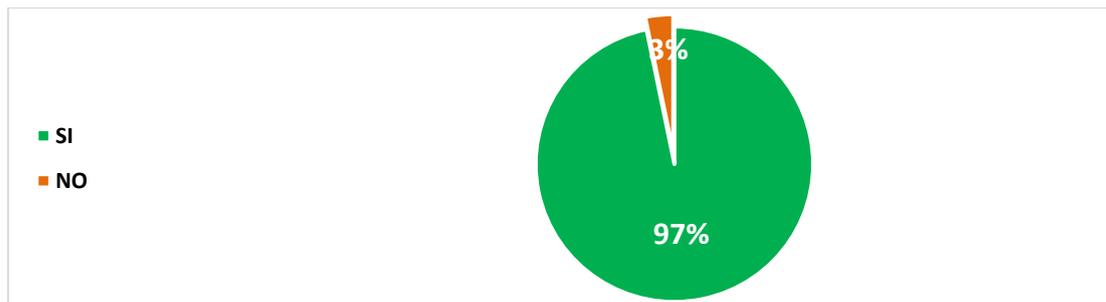


En cuanto a qué temas podrían desarrollar, el 71% prefiere los temas de cultura, el segundo tema preferido son los educativos con el 26%, los temas científicos con el 13% al igual que los temas científicos y antropológicos.



Para la selección del tema, 55% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre, el 0% espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 29% de los estudiantes no responde.

**10. ¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?**





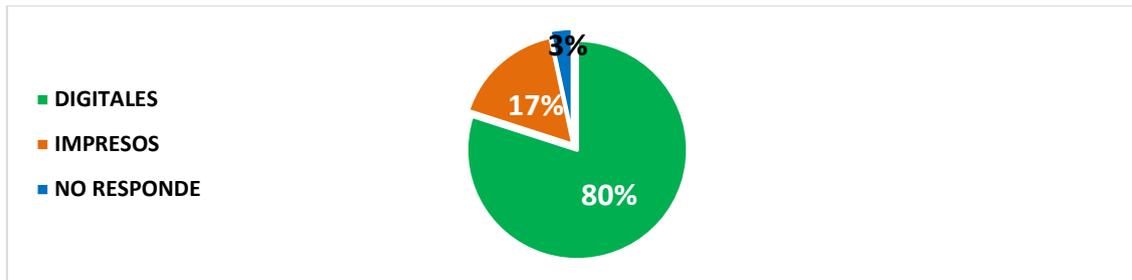
---

El 97% de los estudiantes espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales. Mientras que el 3% no esperaría realizar prácticas en la revista digital

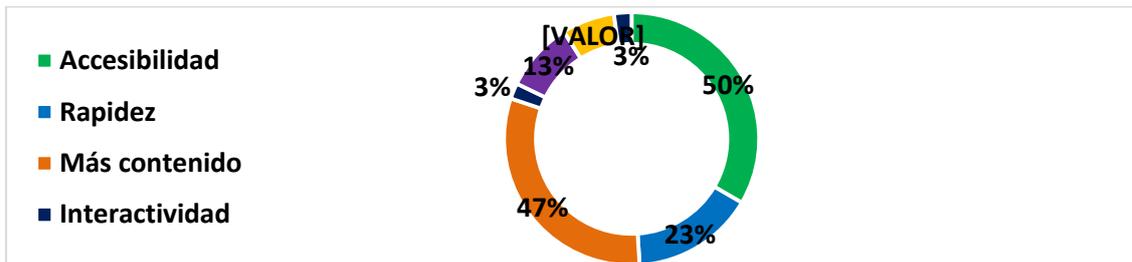


**d. Tabulación de datos de los novenos ciclos de la Carrera de Comunicación Social (Cuarto estrato)**

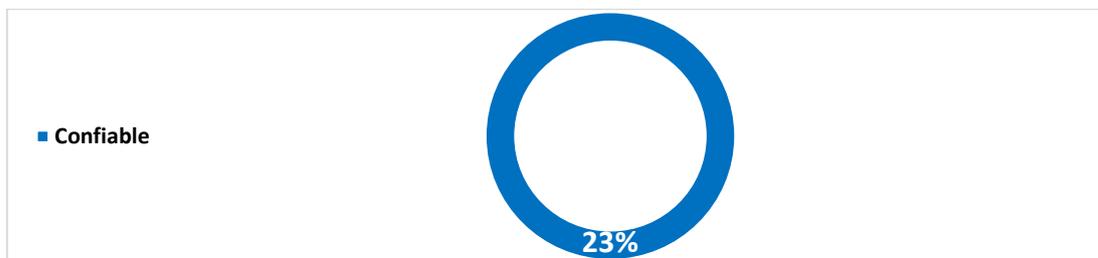
1. Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurre frecuentemente?



El 80% de los estudiantes de segundo ciclo, recurren a medios digitales y 17 % a medios impresos cuando requiere información confiable y de calidad.



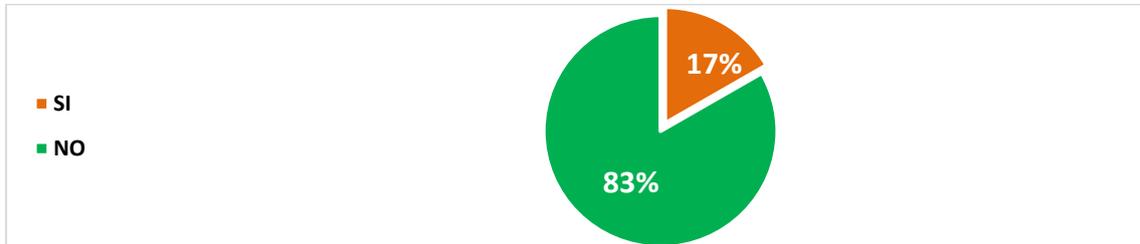
Las razones por las que los estudiantes visitan medios digitales están en que, el 50% de ellos recurren por la accesibilidad, 23% por la velocidad o rapidez, el 47% porque hay más contenido, 13% por la calidad, 10% por la actualidad, 3% por interactividad y 3% por su costo.



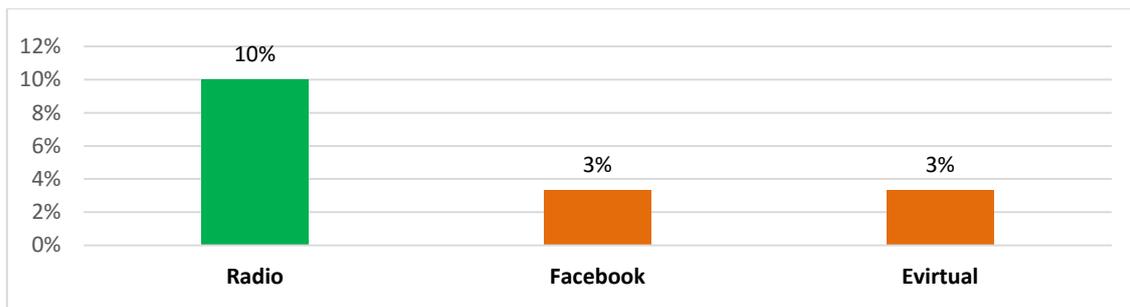
Mientras tanto, el 23% de los estudiantes que recurren a medios impresos lo hacen por la confiabilidad.



**2. ¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles?**

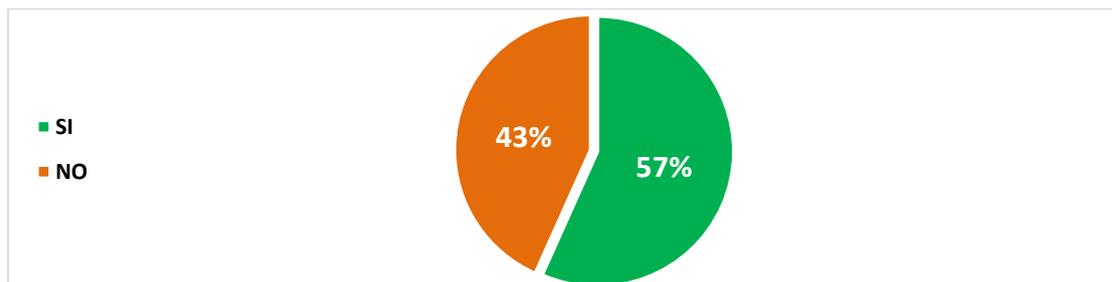


El 17% de los estudiantes afirman que si existen medios de comunicación para la publicación de trabajos, mientras que el 83% afirma que no existen medios con este fin.



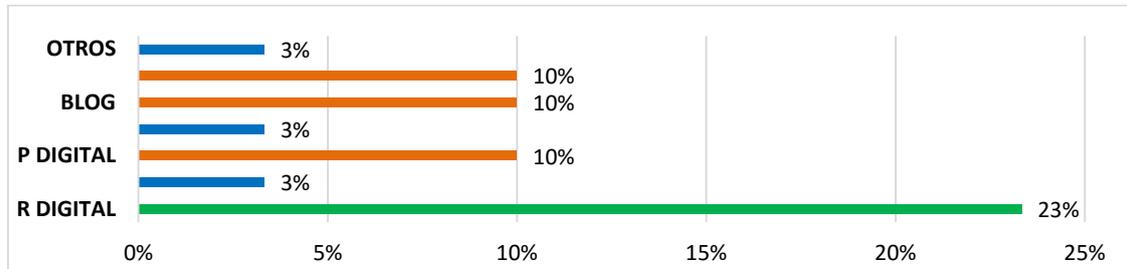
Por otro lado, de quienes conocen la existencia de medios de comunicación con este fin el 10% se refiere a la radio Universitaria, 3% a redes sociales como facebook y 3% a la revista académica Pucara.

**3. En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayas publicado algún trabajo estudiantil. Indica su nombre y el número de veces que lo has hecho.**



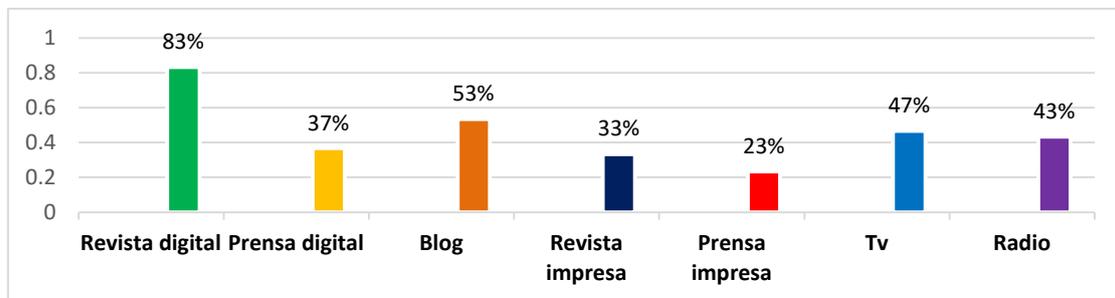


El 43% de los estudiantes mencionan que no han realizado ninguna publicación. El resto de estudiantes, el 57% ha realizado, al menos en una ocasión, publicaciones de sus trabajos de clase.



El 60% de quienes han realizado publicaciones, lo han hecho en una revista digital, el 30% en un blog. El 20% en Radio, el 3% en prensa impresa, 3% en revistas impresas, 3% en prensa digital y 3% en otros medios como eVirtual.

**4. De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles?**

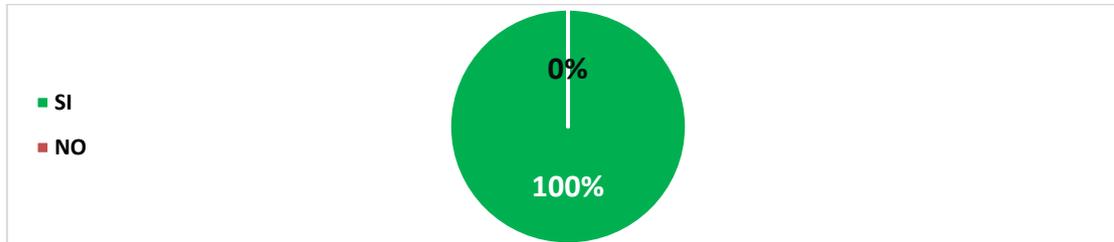


Según el rango de importancia e interés de los estudiantes, en un 83%, la revista digital es indispensable para publicar los trabajos, blog en un 53%, televisión en un 47%, radio en un 43%, prensa digital en un 37%, revista impresa en un 33% y prensa impresa en un 23%.

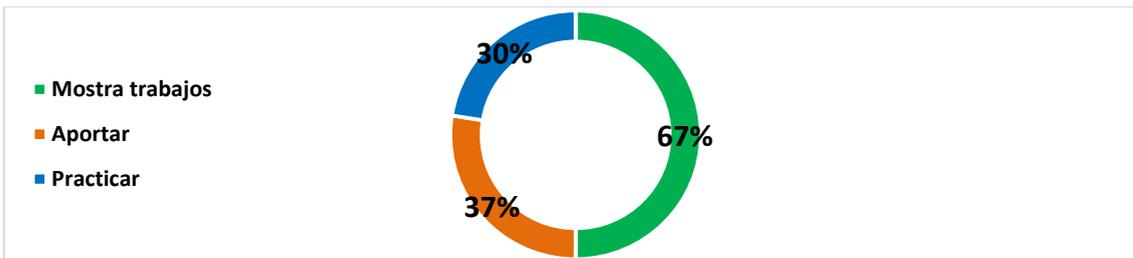
De esta forma se puede notar que este curso prefiere en un buen porcentaje a la Revista digital.



**5. ¿Es importante para ti tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos?**



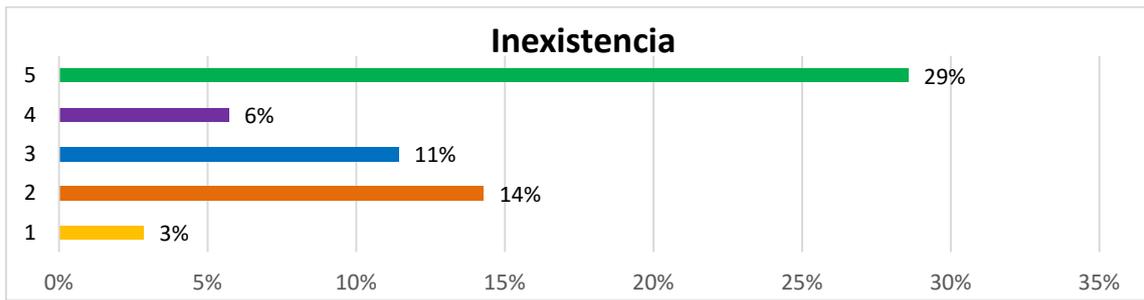
Con una respuesta afirmativa del 100% los estudiantes de este ciclo han declarado que es importante tener espacios o medios de comunicación para que sus trabajos sean publicados.



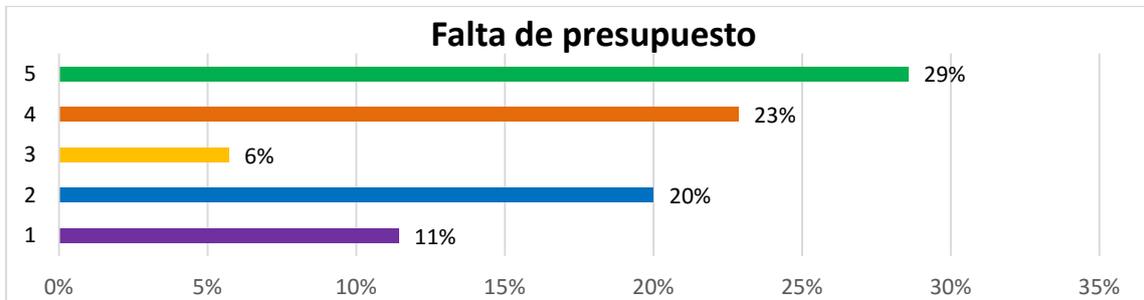
El 67% de los estudiantes quieren el espacio para mostrar sus trabajos, el 30% espera practicar sus habilidades y el 37% para aportar con conocimientos.

**6. ¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario? Califíque del 1 al 5 según el grado de importancia. Teniendo en cuenta que 5 es el más importante y 1 el de menor relevancia.**

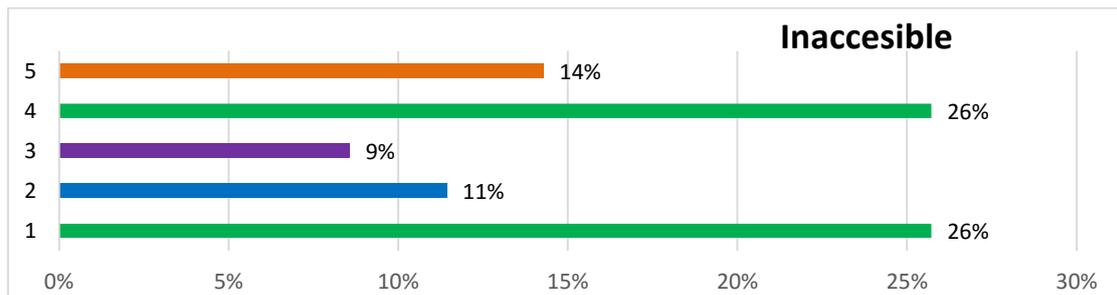
Los factores por los que los estudiantes dieron rango importancia son: Inaccesible (cuando las normas, políticas o requisitos son muy rigurosas; cuando el estudiante requiere un grado de experiencia para publicar) Falta de presupuesto, Inexistencia, Desinterés y Desmotivación.



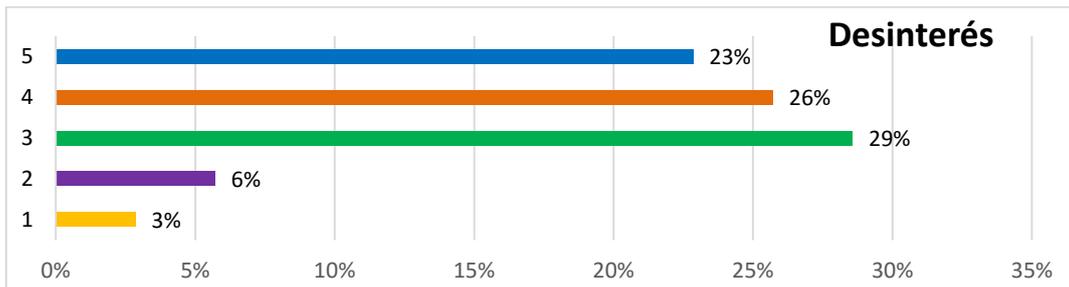
Para el factor **Inexistencia**, el rango de importancia más alto es de 5, con el 29% del alumnado lo menciona así.



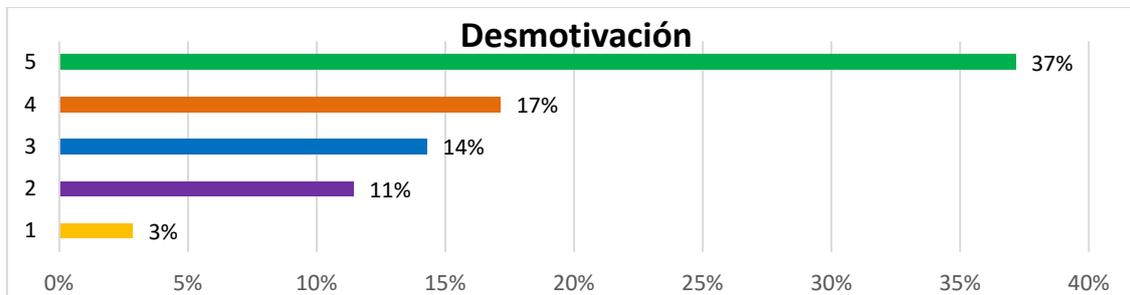
Para el factor **Falta de presupuesto** el rango más alto es el de 5, con el 29% de todo el curso.



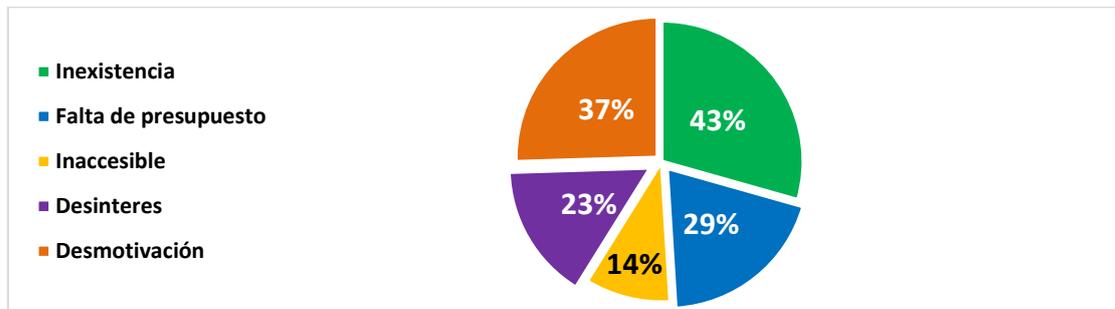
Para el factor **Inaccesible** el 26% del curso dice que el rango de importancia más alto es el de 1 y 4.



En cuanto al factor de **Desinterés** el 29% de los estudiantes dicen que el rango 3 de importancia.



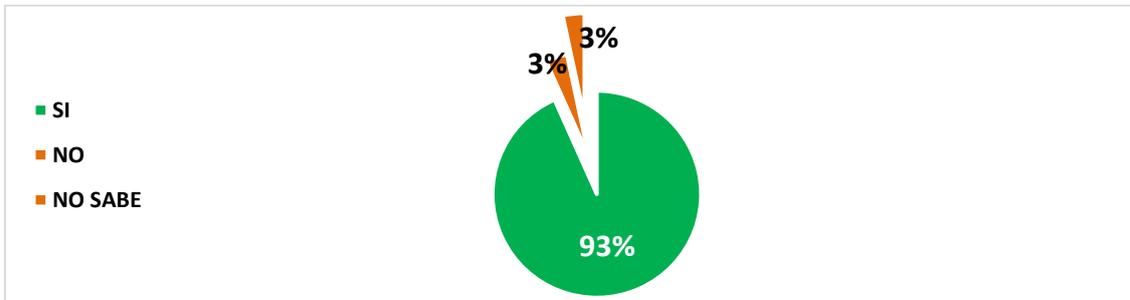
El factor **Desmotivación** tiene el rango más alto 5 con el alto con un 37%.



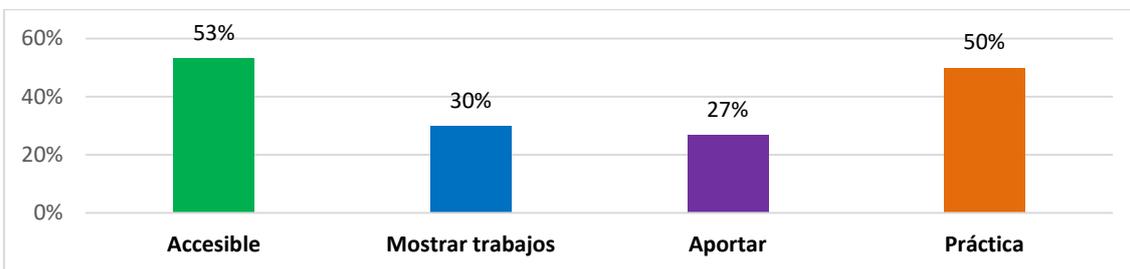
Podemos notar de esta manera, que el factor, en grado de importancia 5, que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la inexistencia de medios con el 43%, seguido de la desmotivación de estudiantes y docentes con el 37%. La falta de presupuesto con el 29%, el desinterés con el 23%, el cuarto factor que impide publicar a los estudiantes es lo inaccesible con el 14%. Con esto notamos que la inexistencia de medios y la desmotivación, son los factores más relevantes por los cuales no hay publicaciones en nuestra carrera.



**7. ¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social?**

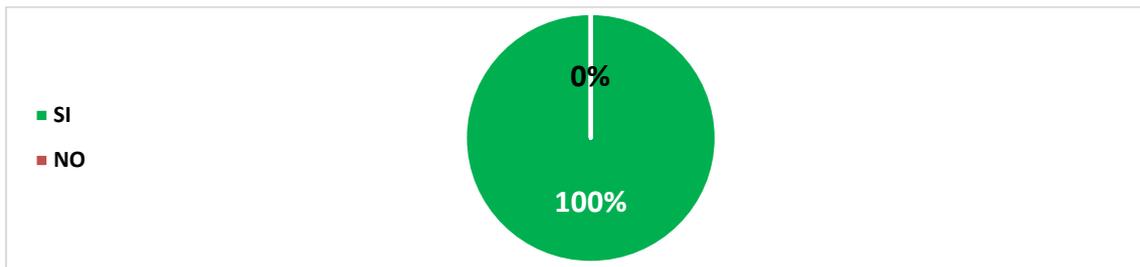


El 93% de los estudiantes consideran necesaria la creación de una revista, mientras que el 3% menciona que prefieren otro medio como la prensa digital. Finalmente otro 3% de estudiantes no responden a la pregunta.

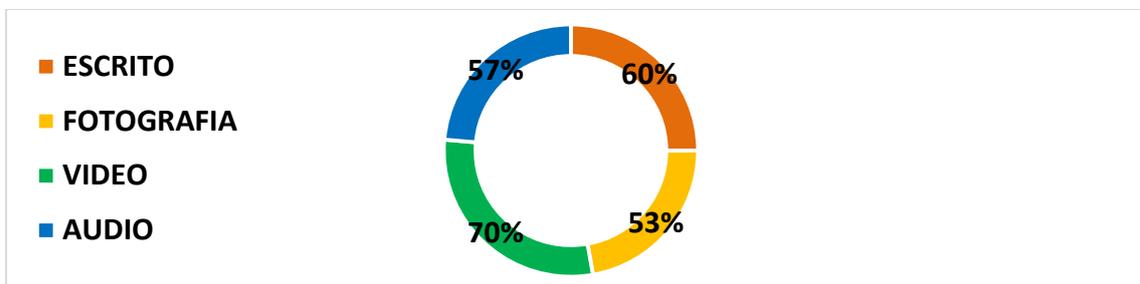


La razón por la que los estudiantes han afirmado que es necesario la creación de una revista digital es porque 53% de los estudiantes dicen que es necesario por lo accesible, 50% de estudiantes dicen que es importante para practicar, el 30% desea la revista para mostrar sus trabajos y el 27% menciona que es necesario para aportar conocimientos.

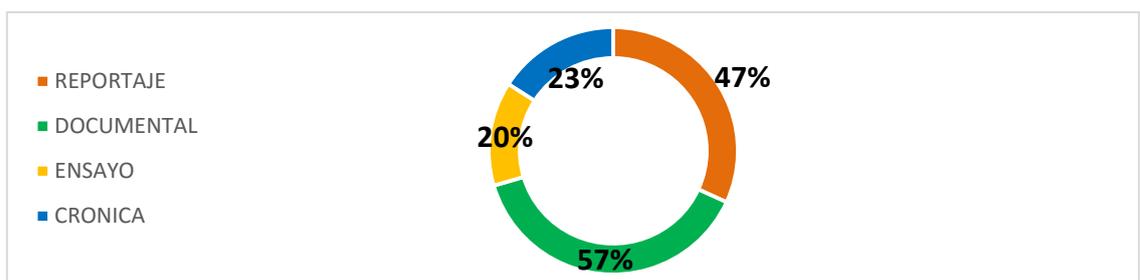
**8. Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.**



En la posibilidad de que existe la revista digital, el 100% de los estudiantes han afirmado que si están dispuestos a publicar en el medio.



Si la revista digital existiera, quienes han afirmado que si publicarían preferirían realizar sus trabajos en los siguientes formatos: 70% con realizaciones audiovisuales, el 60% prefiere realizar artículos escritos, el 53% prefiere crear trabajos sonoros y finalmente el 53% prefiere realizar trabajos fotográficos.

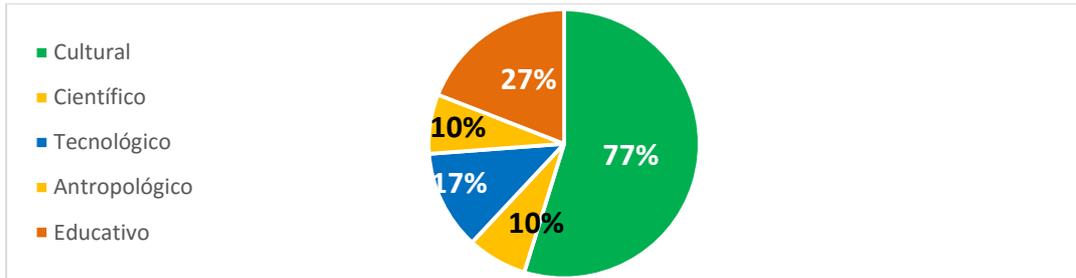


Por otro lado acerca de los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse está que, el 57% de ellos prefieren el género documental, 47% escoge hacer reportajes, mientras que el 23% prefiere la crónica y el 20% se inclina por la realización con el género ensayo.

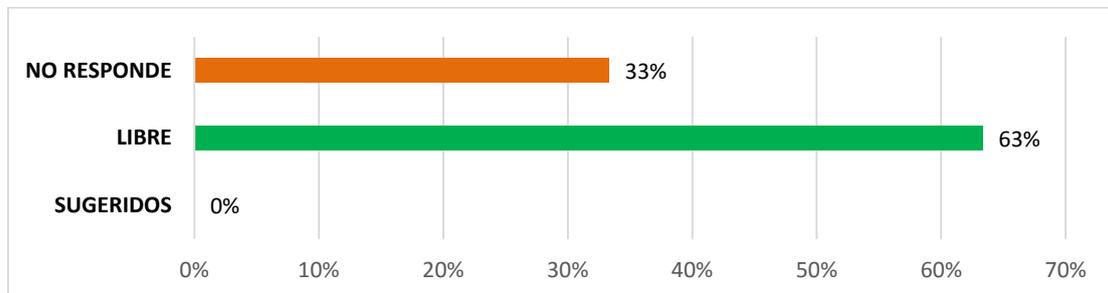


Todos estos géneros pueden ser desarrollados con los formatos ya mencionados.

**9. ¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista?**

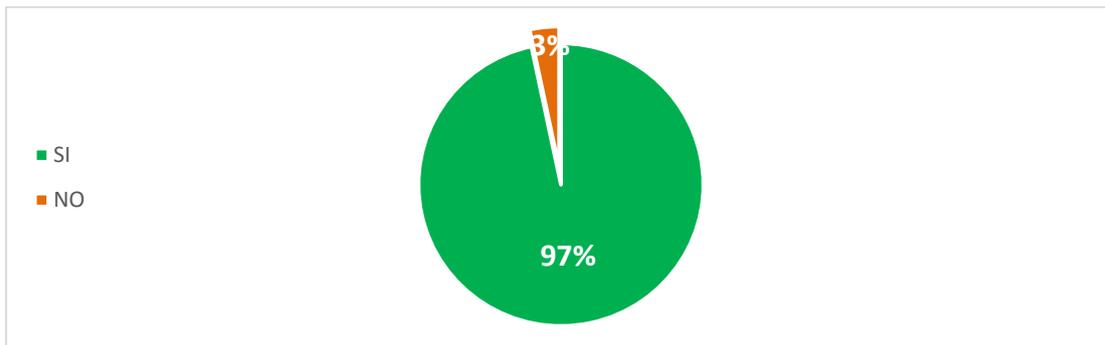


En cuanto a qué temas podrían desarrollar, el 77% prefiere los temas de cultura. El segundo tema preferido son los educativos con el 27%. Los temas tecnológicos con el 17% y los temas científicos y antropológicos con el 10%.



Para la selección del tema, 67% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre, el 33% de los estudiantes no responde.

**10. ¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?**

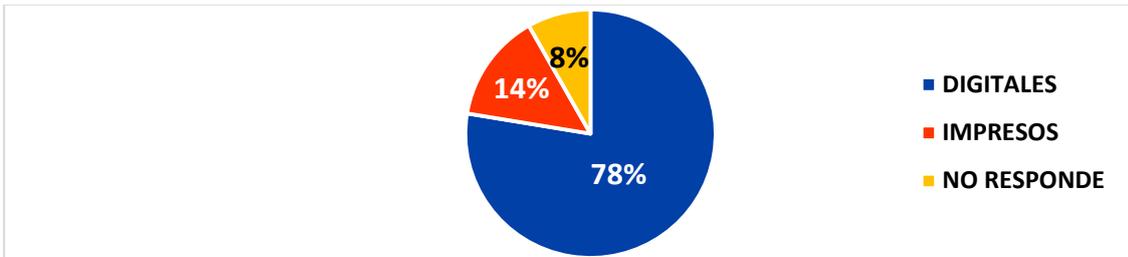


El 97% de los estudiantes espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-profesionales. Mientras que el 3% no esperaría realizar prácticas en la revista digital.

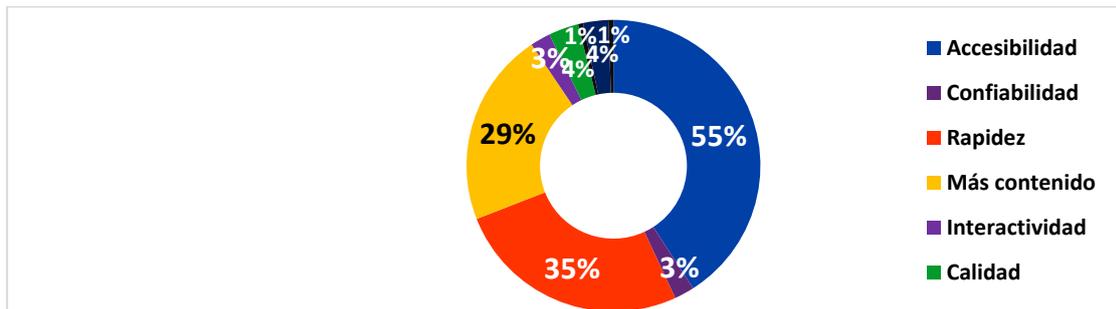


**Anexo 6: Resultados generales de las encuestas. Todos los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.**

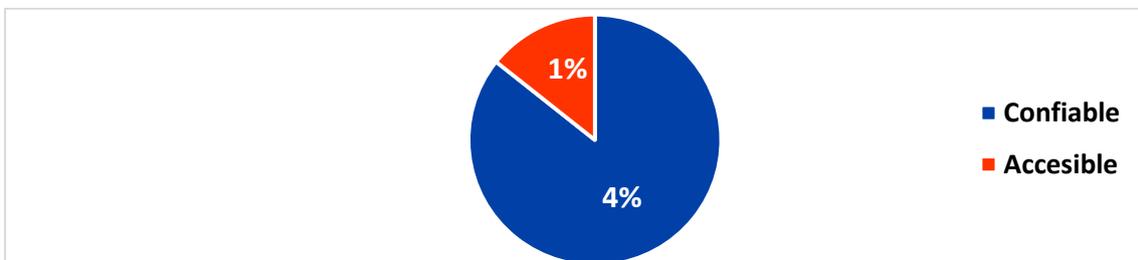
**1. Cuando buscas información confiable y de calidad ¿A qué medios recurre frecuentemente?**



El 78% de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, recurre a medios digitales y el 14% a medios impresos cuando requiere información confiable y de calidad. Mientras que el otro 8% no responde.



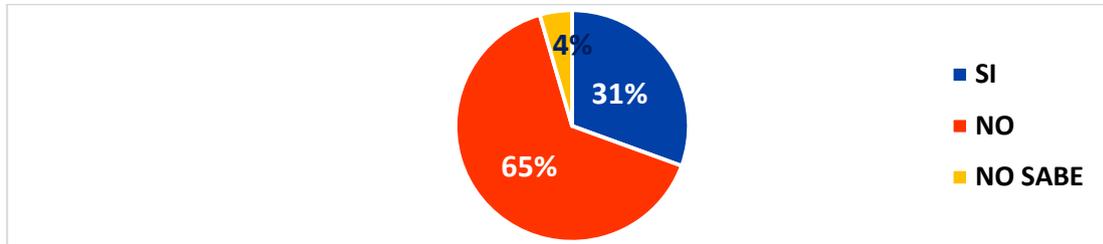
De los estudiantes que recurren a medio digitales el 55% los visita por la accesibilidad, 35% por la rapidez, 29% por el numeroso contenido, 4% por la calidad, 4% por la actualidad, novedoso, 3% por interactividad y el 3% por confiabilidad.



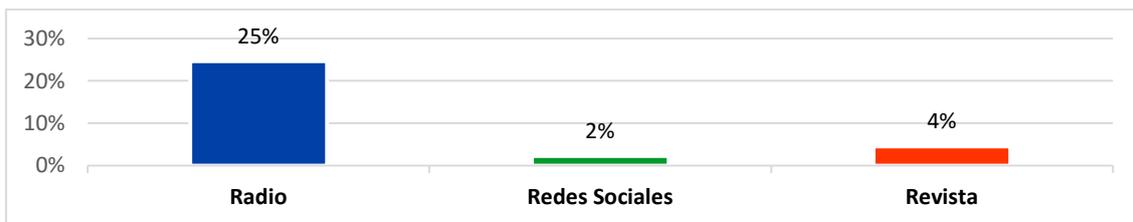
De los estudiantes que prefieren los medios impresos, el 4% los visita por confiabilidad y el 1% por la accesibilidad.



**2. ¿En tu carrera existen medios de comunicación universitarios para la publicación de trabajos estudiantiles?**

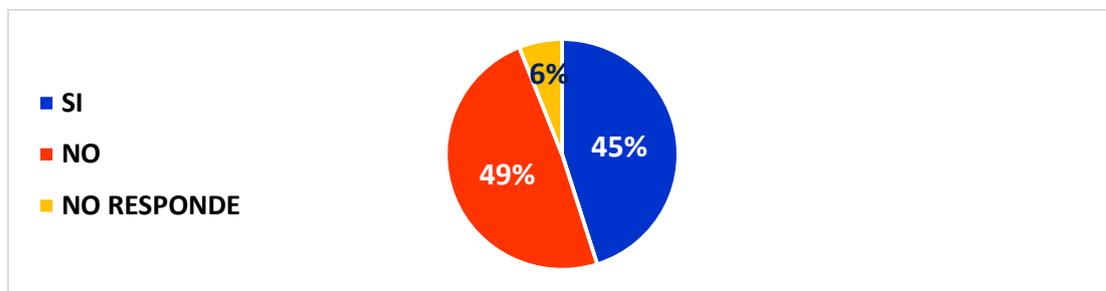


El 65% de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, no conocen de la existencia de algún medio que permita publicaciones estudiantiles, el 31% conoce de algún medio universitario, mientras que el 4% no sabe.

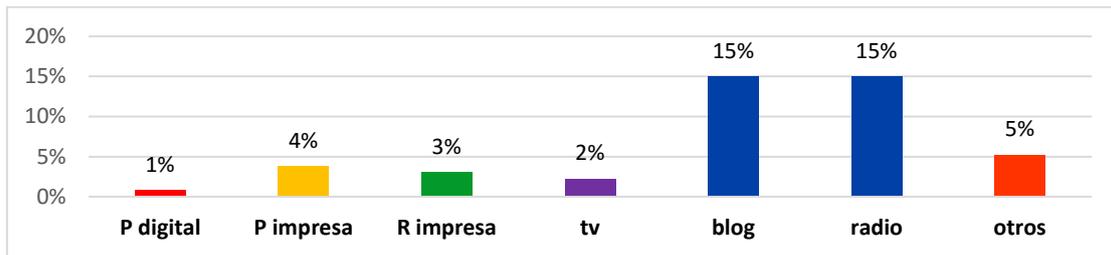


De quienes conocen medios universitarios el 25% mencionan a la radio universitaria, 4% a una revista y 2% a las redes sociales.

**3. En el siguiente enunciado marca con una x los medios en los cuales hayan publicado algún trabajo estudiantil. Indica su nombre y el número de veces que lo has hecho.**

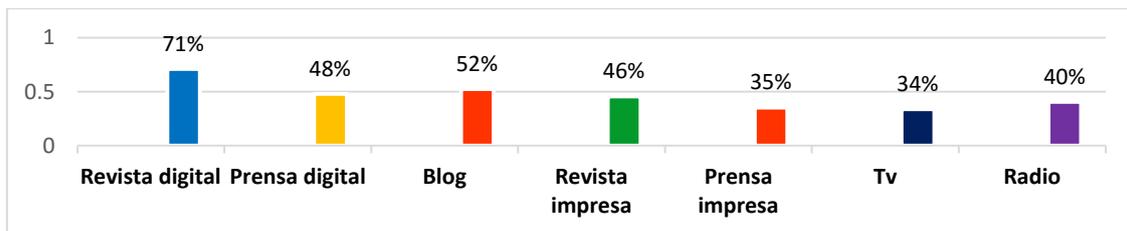


El 49% de estudiantes no ha publicado en ningún medio, el 45% ha realizado algún tipo de publicación, mientras que el 6% no responde.



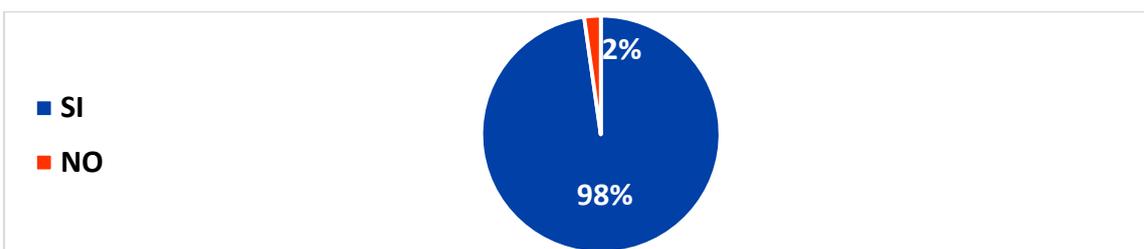
Los medios en los que han publicado los estudiantes está en 15% en un blog personal y en radio, 4% en un periódico, 3% en una revista impresa, 2% en televisión, 1% en prensa digital y 5% en otros medios como eVirtual, Youtube, etc.

**4. De los siguientes medios ¿Cuáles consideras indispensables para publicar trabajos estudiantiles?**



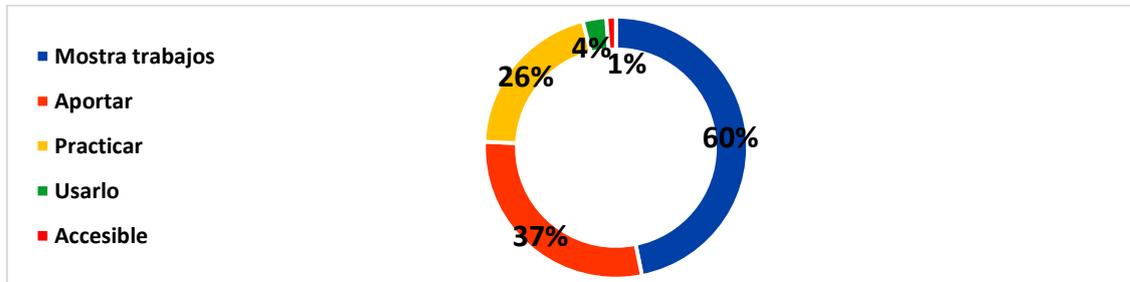
El 71% de los estudiantes consideran a la revista digital como indispensable, el 52% prefiere un blog personal, el 48% requiere de la prensa digital, 46% cree que es indispensable una revista impresa, 40% opta por la radio, 35% de los encuestados considera que es indispensable la prensa impresa y el 34% de los estudiantes requieren Televisión.

**5. ¿Es importante para ti tener espacios en donde puedas publicar tus trabajos investigativos?**



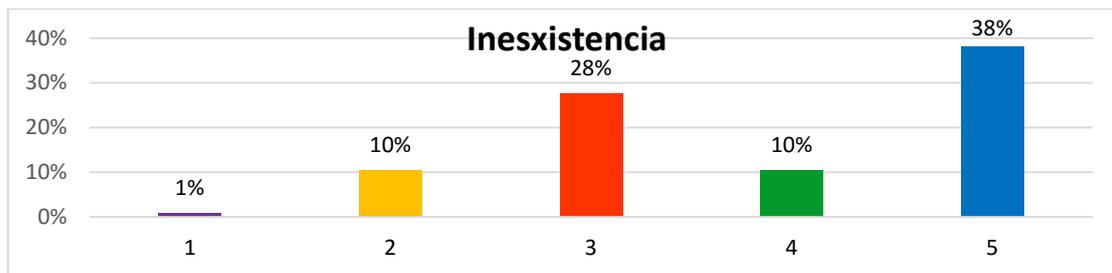


El 98% afirma que sí es importante tener un propio espacio comunicacional para publicar trabajos investigativos de estudiantes. El 2% afirma que no es importante tener un espacio para publicar.

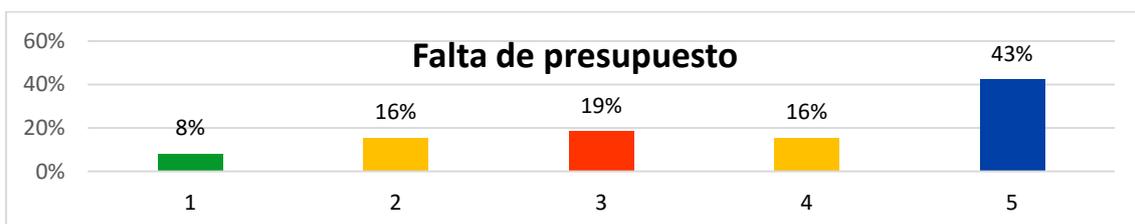


Las razones por las que los estudiantes creen que es necesario crear un espacio varia. Así obtenemos que el 60% de los estudiantes quieren el espacio para mostrar sus trabajos, el 36% para aportar con conocimientos, el 26% espera practicar sus habilidades y el 49% para darle un uso adecuado sin reservas y el 1% por la accesibilidad que ofrece una revista universitaria a formar parte de los autores de la revista.

**6. ¿Cuál crees que es el factor principal que impide a los estudiantes publicar sus trabajos en algún medio universitario?**

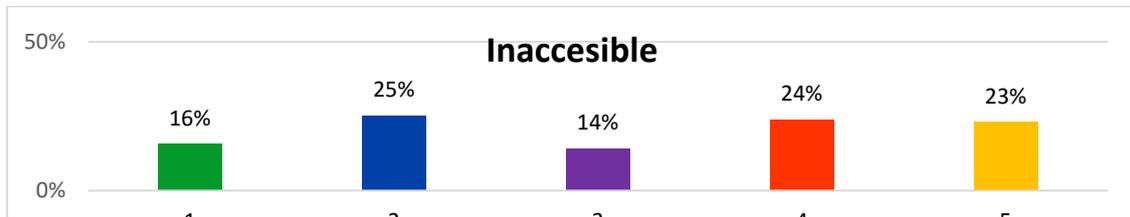


Para el factor Inexistencia, el 38% de los estudiantes de Comunicación Social, han calificado con el rango 5.

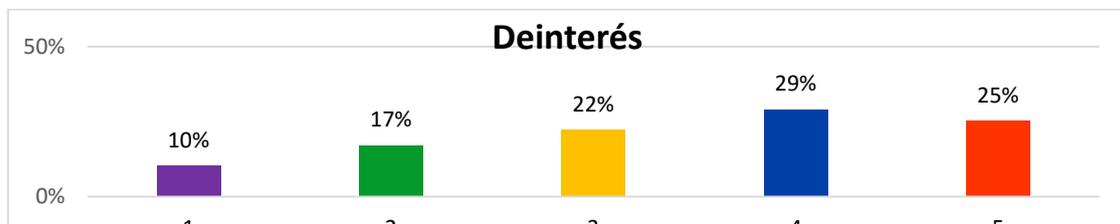




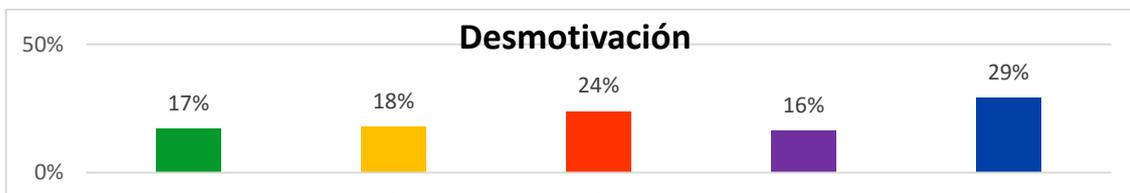
Para el factor Falta de presupuesto el rango más alto es el de 5 con el 43% de toda la escuela.



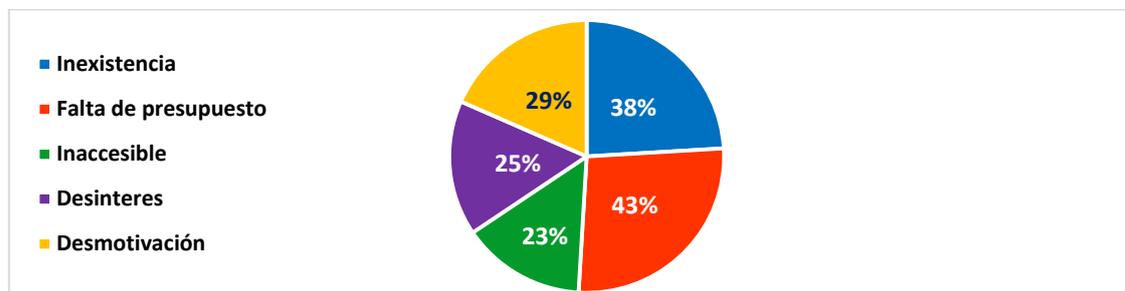
Para el factor Inaccesible el 25% de los alumnos lo califican con el rango de importancia 2.



En cuanto al factor de Desinterés el 29% de los estudiantes coloca al rango de importancia 5.



El 29% de los encuestados califican en el rango 5 a la Desmotivación.

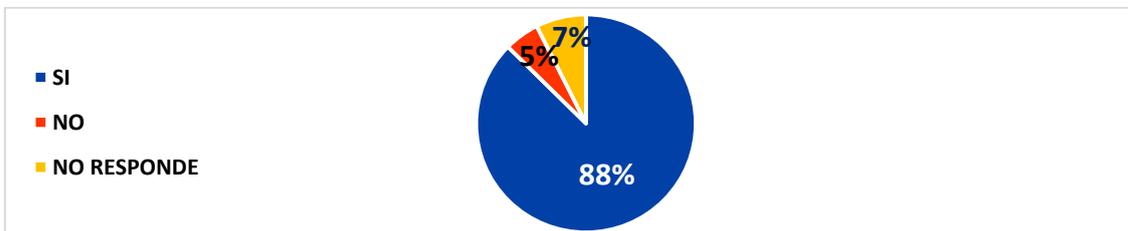


Podemos notar de esta manera, que el factor, en grado de importancia 5, que más impide la publicación de trabajos estudiantiles es la falta de presupuesto con el 43%, seguido de la inexistencia de espacios con el 38%, luego está la desmotivación con el 29% no muy lejano del desinterés de por publicar con el

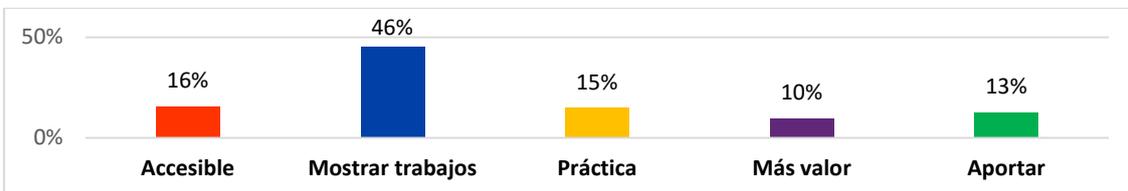


25%. Finalmente el 23% de estudiantes de la escuela de comunicación social coloca en el último lugar a lo inaccesible. Con esto notamos que la falta de presupuesto para crear espacios y por ende la inexistencia son los impedimentos de publicación en nuestra escuela.

**7. ¿Consideras necesaria la creación de una revista digital, para la publicación de trabajos universitarios de los estudiantes de la escuela de comunicación social?**

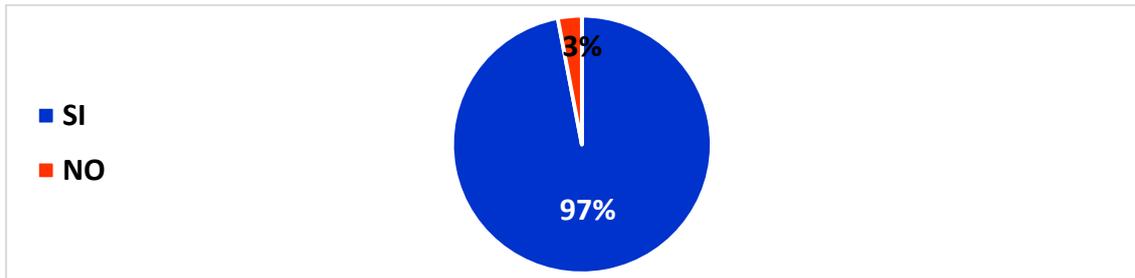


El 88% de los encuestados considera que es necesario crear un espacio para publicaciones, El 5% se niega a respaldar la creación del espacio, mientras que el 7% no responde.

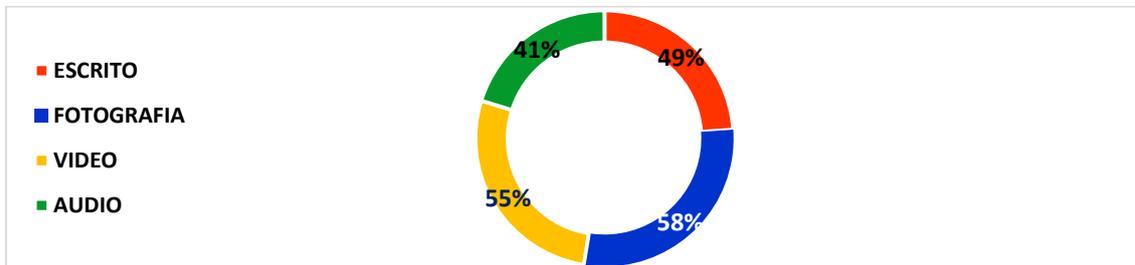


La razón por la que los estudiantes han afirmado que es necesario la creación de una revista digital es porque el 46 % de estudiantes necesitan mostrar trabajos, el 16% creen que es accesible, el 15% menciona que es necesario para practicar, el 13% de los estudiantes creen que es necesaria para aportar y finalmente el 10% necesita una revista porque el variado contenido le da más valor.

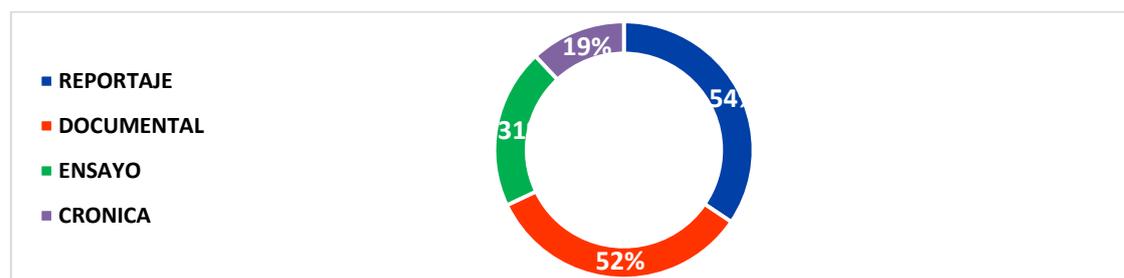
**8. Si se creara una revista digital para la escuela de comunicación social. ¿Te gustaría publicar en ella? Si tu respuesta es afirmativa, señala el formato y el género en el que quisieras trabajar según tu fuerte.**



En la posibilidad de que existe la revista digital el 97% de los estudiantes han afirmado que están dispuestos a publicar en ella. El 3% de los estudiantes, ha preferido no realizar publicaciones puesto que es un tanto peligroso que sus trabajos sean plagiados.



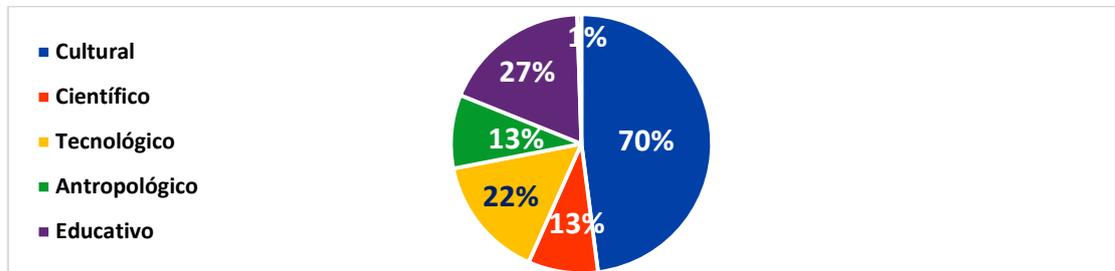
Si la revista digital existiera, quienes han afirmado que si publicarían preferirían realizar sus trabajos en los siguientes formatos. 58% de los estudiantes prefiere realizar trabajos de fotografía, el 55% prefiere trabajos en video, el 49% prefiere artículos escritos y el 41 % de los estudiantes prefieren hacer trabajos sonoros.



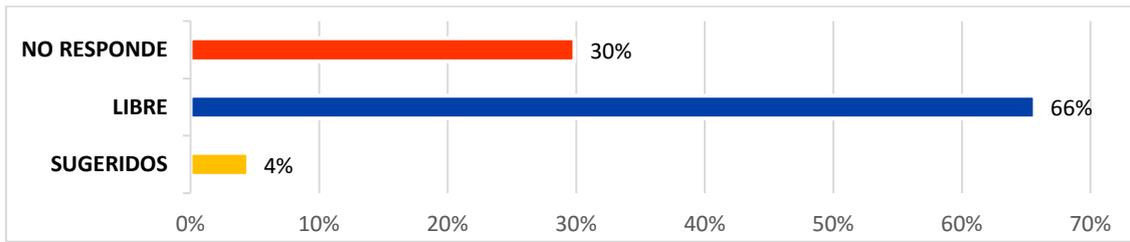
Por otro lado acerca de los géneros periodísticos en los que los estudiantes pueden desempeñarse está que el 54% de los estudiantes prefieren el género de reportaje, el 52% en género documental, 31% en ensayo y el 19% preferiría la crónica. Todos estos géneros pueden ser desarrollados con los formatos ya mencionados.



**9. ¿Qué tema te gustaría trabajar en la revista digital? y ¿Cómo quisieras que este sea: de libre elección o sugerido por el consejo editorial de la revista?**

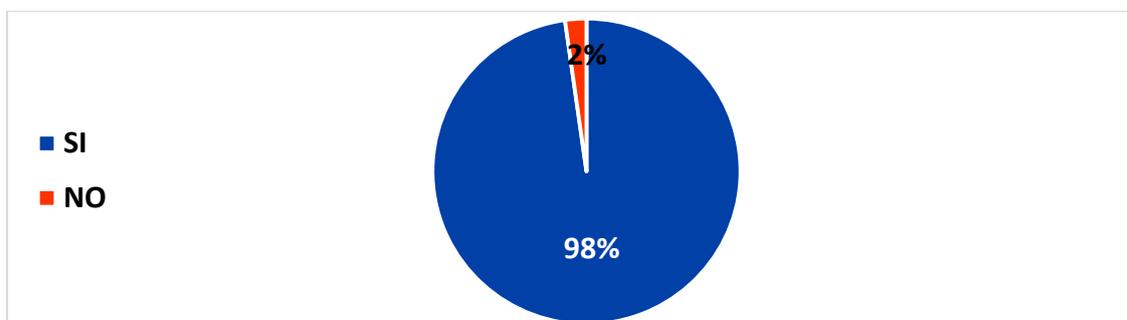


En cuanto a qué temas podrían desarrollar, el 70% prefiere los temas de cultura, el 27% prefiere los temas educativos, el 22% prefiere los temas tecnológicos, el 13% con temas antropológicos y el 1% temas deportivos.



Para la selección del tema, el 66% de los estudiantes han preferido que sea por elección libre, el 4% de los estudiantes espera que los temas sean sugeridos por el cuerpo editorial. Mientras tanto el 30% de los estudiantes no responde.

**10. ¿Te gustaría que la revista digital universitaria a más de ser un espacio para la publicación de tus trabajos investigativos, sea un sitio para cumplir con los requisitos académicos como la realización de las 60 horas de servicio y prácticas pre-profesionales?**



El 98% de los estudiantes de comunicación social espera que la revista digital les permita realizar las 60 horas de labor comunitaria y las prácticas pre-



---

profesionales, mientras tanto el 2% no espera realizar estas actividades en la revista.



## **Anexo 7: Pasos para crear una revista electrónica según Latindex.**

### **Revistas electrónicas: características básicas**

#### **1. Mención del cuerpo Editorial.**

Se constatará que en la revista se mencione la existencia de un consejo o comité editorial o un responsable científico. El cuerpo editorial se puede conformar por el director general, editor responsable, editor ejecutivo, secretario de redacción, entre otros. En las revistas electrónicas deberá constar en la página de inicio directamente o bien con un enlace que permita desde ella acceder a los datos con un simple clic.

#### **2. Contenido.**

Para calificar positivamente, al menos el 40% de los documentos publicados en los fascículos a calificar estará constituido por: artículos originales; artículos de revisión; informes técnicos; comunicaciones en congresos; comunicaciones cortas; cartas al editor; estados del arte; reseñas de libro, entre otros tipos de documento. En todos los casos deberá privar el contenido científico académico.

#### **3. Generación continua de contenidos.**

Debe demostrar la generación de nuevos contenidos en un año.

#### **4. Identificación de los autores.**

Los trabajos deben estar firmados por los autores con nombre y apellidos o declaración de autor institucional.

#### **5. Entidad editora.**

Deberá hacerse constar en lugar visible la entidad o institución editora de la revista. Deberá ser de toda solvencia, aparecerá en la página de inicio directamente o bien con un enlace que permita desde ella acceder con un simple clic.

#### **6. Mención del director.**

En la revista deberá constarse el nombre del director de la publicación, responsable editorial o equivalente.



### **7. Mención de URL de la revista.**

Deberá constar en la página principal de la revista o en el navegador

### **8. Mención de la dirección de la revista.**

Deberá aportarse en lugar visible la dirección postal o de correo electrónico de la administración de la revista a efectos de solicitud de suscripciones, canjes, envío de trabajos, acciones de seguimiento, entre otras.

## **Revistas electrónicas: características de presentación de la revista**

### **9. Navegación y funcionalidad.**

Debe contar con navegación estructural que permita con un máximo de tres clics acceder a los sumarios y artículos.

### **10. Mención de periodicidad.**

O en su caso, declaración de periodicidad continuada.

### **11. Acceso a los contenidos.**

Debe facilitar la presencia del sumario o de una estructura de acceso a los contenidos.

### **12. Acceso histórico al contenido.**

Por el tiempo de vida de la revista, o por un tiempo mínimo de tres años.

### **13. Membrete bibliográfico al inicio del artículo.**

Califica positivamente si el membrete bibliográfico aparece al inicio de cada artículo e identifica a la fuente. Para darlo por cumplido el membrete debe contener por lo menos: título completo o abreviado y la numeración de la revista (volumen, número, parte, mes o sus equivalentes).

### **14. Miembros del consejo editorial.**

Califica positivamente si aparecen los nombres de los miembros del consejo editorial de la revista.



### **15. Afiliación institucional de los miembros del consejo editorial.**

Califica positivamente si se proporcionan los nombres de las instituciones a las que están adscritos los miembros del consejo editorial. No basta que se indique solamente el país.

### **16. Afiliación de los autores.**

Deberá hacerse constar siempre la entidad a la que está adscrito el autor.

### **17. Recepción y aceptación de originales.**

Califica positivamente sólo si se indican ambas fechas.

## **Revistas electrónicas: características de gestión y política editorial**

### **18. ISSN.**

Las revistas electrónicas deben contar con su propio ISSN. No se da por cumplido si aparece únicamente el ISSN de la versión impresa.

### **19. Definición de la revista.**

En la revista deberá mencionarse el objetivo y cobertura temática o en su defecto el público al que va dirigida.

### **20. Sistema de arbitraje.**

En la revista deberá constar el procedimiento empleado para la selección de los artículos a publicar.

### **21. Evaluadores externos.**

Evaluadores externos. Se deberá mencionar que el sistema de arbitraje recurre a evaluadores externos a la entidad o institución editora de la revista.

### **22. Autores externos.**

Al menos el 50% de los trabajos publicados deben provenir de autores externos a la entidad editora. En el caso de las revistas editadas por asociaciones se considerarán autores pertenecientes a la entidad editora los que forman parte de la directiva de la asociación o figuran en el equipo de la revista.



### **23. Apertura editorial.**

Al menos dos terceras partes del consejo editorial deberán ser ajenas a la entidad editora.

### **24. Servicios de información.**

Califica positivamente si la revista está incluida en algún servicio de índices y resúmenes, directorios, catálogos, hemerotecas virtuales y listas del núcleo básico de revistas nacionales, entre otros servicios de información. Este campo califica positivamente tanto si el servicio de información es mencionado por la propia revista como si lo agrega el calificador.

### **25. Cumplimiento de la periodicidad.**

Califica positivamente si la revista cumple con la declaración de periodicidad que se contempla en el criterio 10.

## **Revistas electrónicas: características de contenido**

### **26. Contenido original.**

Califica positivamente si al menos el 40% de los artículos son trabajos de investigación, comunicación científica o creación originales.

### **27. Instrucciones a los autores.**

Califica positivamente si aparecen las instrucciones a los autores sobre el envío de originales y resúmenes al menos en algún número del año.

### **28. Elaboración de las referencias bibliográficas.**

En las instrucciones a los autores deberán indicarse las normas de elaboración de las referencias bibliográficas.

### **29. Exigencia de originalidad.**

Califica positivamente si en la presentación de la revista o en las instrucciones a los autores se menciona esta exigencia para los trabajos sometidos a publicación.



### **30. Resumen.**

Todos los artículos deberán ser acompañados de un resumen en el idioma original del trabajo

### **31. Resumen en dos idiomas.**

Califica positivamente si se incluyen resúmenes en el idioma original del trabajo y en un segundo idioma.

### **32. Palabras clave.**

Califica positivamente si se incluyen palabras clave o equivalente en el idioma original del trabajo.

### **33. Palabras clave en dos idiomas.**

Para calificar positivamente, deberán incluirse palabras clave o equivalente en el idioma original del trabajo y en otro idioma.

### **34. Metaetiquetas.**

Califica positivamente si aparecen metaetiquetasDublinCore en la página de presentación de la revista (código fuente).

### **35. Buscadores**

.Califica positivamente la presencia de algún motor de búsqueda que permita realizar búsquedas por palabras, por índices, utilizar operadores boléanos, entre otros.

### **36. Servicios de valor añadido.**

Califica positivamente si la revista ofrece alertas, enlaces hipertextuales, foros, guías de enlaces, entre otros.



**Anexo 8: Requisitos para solicitar un ISSN**

**a- Formulario para la solicitud.**



**CENTRO NACIONAL DE REGISTRO ISSN  
DIRECTORIO DE PUBLICACIONES SERIADAS ECUATORIANAS**

<b>TITULO DE LA PUBLICACIÓN:</b>	
<b>SUBTITULO DE LA PUBLICACIÓN (si existe):</b>	
<b>PERIODO</b>	<b>Año de inicio :</b>
	<b>Año de terminación (si procede) :</b>

<b>RESPONSABLES</b>	<b>Entidad o empresa editora responsable de la publicación</b>	
	<b>Director/ Editor de la publicación:</b>	

<b>HISTORIAL (si procede)</b>	<b>Nombre anterior de la publicación</b>		
	<b>Registro ISSN</b>	<input type="checkbox"/> Si    N°.	<input type="checkbox"/> No

<b>ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN DE LA PUBLICACIÓN</b>	1°.	4°.
	2°.	5°.
	3°.	6°.

<b>FRECUENCIA</b>	<input type="checkbox"/> Diaria	<input type="checkbox"/> Quincenal	<input type="checkbox"/> Anual
	<input type="checkbox"/> Tres veces por semana	<input type="checkbox"/> Mensual	<input type="checkbox"/> BIANUAL
	<input type="checkbox"/> Dos veces por semana	<input type="checkbox"/> Bimensual	<input type="checkbox"/> Trianual
	<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Trimestral	<input type="checkbox"/> Otras frecuencias
	<input type="checkbox"/> Tres veces al mes	<input type="checkbox"/> Semestral	



<b>TIPO DE PUBLICACIÓN</b>	<input type="checkbox"/> Publicación Periódica	<input type="checkbox"/> Serie monográfica	
	<b>IDIOMA/S</b>	1º.	2º.

<b>SOPORTE</b>	<input type="checkbox"/> Impreso en papel	<input type="checkbox"/> Braille	<input type="checkbox"/> Microficha
	<input type="checkbox"/> En línea	<input type="checkbox"/> Microfilm	<input type="checkbox"/> Otro Formato

<b>TIRAJE</b>	
---------------	--

<b>PRECIO</b>	<b>Por fascículo</b>	\$
	<b>Suscripción anual</b>	\$
	<b>Para socios</b>	\$
	<b>Corporativo</b>	\$

<b>LUGAR</b>	<b>Ciudad en donde se publica:</b>	
--------------	------------------------------------	--

<b>DISTRIBUCIÓN</b>	<input type="checkbox"/> Suscripción	<input type="checkbox"/> Donación
	<input type="checkbox"/> Venta directa al público	<input type="checkbox"/> Canje

<b>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA</b>	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Nacional
	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Internacional

<b>LOCALIZACIÓN (Dirección de la entidad o empresa editora)</b>	<b>Provincia:</b>	
	<b>Ciudad:</b>	
	<b>Sector/ Parroquia:</b>	
	<b>Calles:</b>	Nº.
	<b>Apartado Postal</b>	
	<b>Correo electrónico</b>	
	<b>URL</b>	
	<b>Teléfono</b>	
	<b>Fax</b>	
	<b>Persona de contacto</b>	



<b>Nombre de la Persona que solicita el ISSN:</b>
<b>Cédula de Identidad:</b>
<b>Fecha:</b>

\_\_\_\_\_  
**FIRMA**  
**PARA USO INSTITUCIONAL**

<b>ISSN Asignado</b>	
<b>Número de Clasificación CDU</b>	
<b>Responsable</b>	
<b>Fecha de Asignación</b>	
<b>Fecha de ingreso a VirtuaSystem</b>	



**b- Pasos para la solicitud**



**PROCEDIMIENTO PARA SOLICITAR EL REGISTRO ISSN**

1. Solicitud dirigida a la máxima autoridad de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología, e Innovación.
2. Descargar el formulario de la página web de la SENESCYT, y llenarlo con los datos de la publicación.
3. En caso de publicaciones impresas anexar un ejemplar de la obra publicada, de no contar todavía con esta, enviar una copia de la cubierta, título, páginas de créditos, índice y los 5 primeros artículos.  
Para publicaciones electrónicas, indicar el URL y una contraseña temporal si el recurso está disponible solo por suscripción. Se verificará la circulación actual de la publicación con un formato específico de revistas electrónicas. Cabe recalcar que un PDF no es una revista electrónica, es meramente un formato de la publicación impresa.
4. Toda la documentación deberá ser entregada en la oficina principal de la SENESCYT.

Av. Whympner E7-37 y Alpallana, Edificio Delfos.  
Quito-Ecuador

5. Si requiere información adicional, puede contactarse a los siguientes teléfonos: 2280267 / 3952300 ext. 15522 o a su vez a los correos [vquishpe@senescyt.gob.ec](mailto:vquishpe@senescyt.gob.ec), [ereyes@senescyt.gob.ec](mailto:ereyes@senescyt.gob.ec) ó [cic@senescyt.gob.ec](mailto:cic@senescyt.gob.ec)



### c- Información complementaria ISSN



Secretaría de  
Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación



#### 1. Conceptos básicos:

- a) **ISSN:** (Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadadas). Es un código numérico que consta de ocho cifras precedido por la palabra ISSN. Se trata de la fuente de referencia más completa del mundo para la identificación de las publicaciones seriadas.
- b) **Revista impresa:** Se publica en forma impresa periódicamente con diferentes frecuencias, se presenta generalmente en secciones con diversos contenidos de acuerdo a su temática y a quien va dirigida.

Documentos válidos: Un ejemplar de la publicación o el machote de la portada, página de datos editoriales y machote.

- c) **Revista electrónica:** Conjunto de artículos ordenados, formalizados y publicados a través de un formato específicamente de revista electrónica (por ejemplo Open JournalSystem, OJS) bajo la responsabilidad de una institución científica o técnica que entre otras cosas valide la calidad de la información publicada en la misma.

Documentos válidos: Colocación de la URL de la publicación. Debe figurar en la casilla del formulario.

#### 2. Actualización de las instrucciones para solicitar el código ISSN Julio 2013.

- a) Las solicitudes de asignación de ISSN se tramitarán en el plazo de 10 días laborales (dos semanas). Este plazo puede demorarse si faltan documentos o datos en la solicitud inicial.



- b) Los ISSN se asignan gratuitamente de conformidad con la norma ISO 3297: 2007 que define el ISSN como identificador de las publicaciones seriadas y otros recursos continuados.
- c) Nos reservamos el derecho a rechazar la asignación de ISSN si se considera que el solicitante ha proporcionado, ha impreso o incluido en dicha publicación datos falsos.
- d) **Publicaciones en soporte impreso:** Es posible obtener un ISSN antes de la publicación del primer número de una publicación seriada impresa o antes del lanzamiento de una publicación seriada en soporte CD-ROM, siempre que junto con el formulario de solicitud se proporcionen todos los datos posibles y una prueba de imprenta o maqueta.
- e) **Publicaciones en línea:** Debido a problemas frecuentes e importantes con las publicaciones en línea, por regla general no se asignará ISSN a estas últimas antes de su publicación. Sólo se asignará ISSN a las publicaciones en línea después de la publicación del primer número, siempre y cuando contenga un número significativo de artículos. Si se estima que dicho primer número no tiene el suficiente número de artículos para considerarlo terminado y auténtico, la asignación de ISSN se aplazará. En el caso de publicaciones científicas de libre acceso, el número de artículos mínimo para considerarlo como completo será de 5.<sup>19</sup>

Las Instrucciones para solicitar ISSN a través del sitio Web del Centro Internacional del ISSN: (Centro Internacional del ISSN, actualizado a 30 de julio 2013) las puede descargar el siguiente link: <http://www.issn.org/2-22652-Requesting-an-ISSN.php>

<sup>19</sup> ISSN International Center. Solicitudes a través del sitio web del Centro Internacional del ISSN (30 de Julio 2013).



**Anexo 9: Pasos para postular una revista a Latindex**

**a- Formulario**



**CENTRO NACIONAL DE ACOPIO LATINDEX\***  
Publicaciones Ecuatorianas Científicas, Técnicas y de Divulgación Científica

<b>Título de la Publicación:</b>					
<b>Subtítulo (si lo tuviese):</b>					
<b>ISSN</b>					
<b>Responsables</b>	<b>Entidad responsable de la publicación</b>				
	<b>Director/Editor de la publicación</b>				
<b>Áreas de Especialización</b>	1.		5.		
	2.		6.		
	3.		7.		
<b>Formato</b>	<input type="checkbox"/> Impreso	<input type="checkbox"/> Electrónico	<input type="checkbox"/> Braille	<input type="checkbox"/> Otros	
<b>Arbitraje realizado por evaluadores externos al Comité Editorial</b>	<input type="checkbox"/> SI		<input type="checkbox"/> NO		
<b>Índices (index) y/o servicios de resúmenes (abstracts) que la incluyen (Adjuntar copia de nota de aceptación)</b>					
<b>Resumen (breve descripción del objetivo, áreas temáticas, y público al que va dirigida la publicación)</b>					
<b>Datos generales de la publicación</b>	<b>Año de inicio:</b>				
	<b>Año de cierre (si fuese el caso):</b>				
	<b>Ciudad donde se publica:</b>				
	<b>Nº de Volúmenes publicados:</b>				
	<b>Situación:</b>	<input type="checkbox"/> Vigente	<input type="checkbox"/> Dejó de publicarse	<input type="checkbox"/> Desconocida	
	<b>Idioma/s</b>	1.	2.	3.	
<b>Tiraje</b>					
<b>Publicación Electrónica</b>	<b>Año del primer ejemplar en línea (cuando tenga otro formato)</b>				
	<b>URL de la publicación</b>				
	<b>Formato de salida</b>	<input type="checkbox"/> PDF	<input type="checkbox"/> HTML	<input type="checkbox"/> Otros	

Quito: Av. Whympet E7-37 y Alpillana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 250-9054.  
 Centro de Información Científica, CIC: García Moreno N3-151 y Espejo Tel: 228-0267/ 3952300 ext. 15522.  
 Guayaquil: Av. Carlos Luis Plaza Dañín y calle Francisco Bolaño, diagonal al C.C. Policentro – Edificio del Sector Público del Sector Social "Joaquín Gallegos Lara", quinto piso

E



<b>Periodicidad</b>	<input type="checkbox"/> Diaria	<input type="checkbox"/> Mensual	<input type="checkbox"/> Semestral
	<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Bimensual	<input type="checkbox"/> Anual
	<input type="checkbox"/> Quincenal	<input type="checkbox"/> Trimestral	<input type="checkbox"/> Otras

<b>Distribución</b>	<b>Forma</b>	<input type="checkbox"/> Suscripción	<input type="checkbox"/> Donación	<input type="checkbox"/> Membresía
		<input type="checkbox"/> Venta directa al público	<input type="checkbox"/> Canje	<input type="checkbox"/> Otros
	<b>Vías</b>	<input type="checkbox"/> Terrestre	<input type="checkbox"/> Aérea	<input type="checkbox"/> Electrónica
		<input type="checkbox"/> Marítima	<input type="checkbox"/> Otras	
<b>Geográfica</b>	<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Internacional. N° de países:		

<b>Localización (Dirección de la entidad o empresa editora)</b>	Ciudad	
	Sector/ Parroquia	
	Calles	N°
	Apartado Postal	
	Correo electrónico	
	Teléfono convencional	
	Celular	

<b>Nombre de la persona que solicita el registro</b>	
<b>Cargo que desempeña</b>	
<b>Cédula de Identidad/Pasaporte</b>	
<b>Fecha</b>	

FIRMA

\*Este formulario será presentado para solicitar la evaluación e inclusión de una publicación científica, científico-técnica o de divulgación en los productos DIRECTORIO, CATALOGO y ENLACE A RECURSOS ELECTRÓNICOS del SISTEMA LATINDEX (Índice Latinoamericano de Publicaciones Científicas). En el caso de nuevos títulos, no serán incluidos hasta no recibir el ejemplar con el ISSN impreso.

PARA USO INSTITUCIONAL

<b>Criterios cumplidos</b>	
<b>Criterios que faltan por cumplirse</b>	
<b>Revistas evaluadas N°</b>	
<b>Folio</b>	
<b>Fecha de evaluación</b>	
<b>Evaluadores:</b>	
<b>Observaciones</b>	

Quito: Av. Whympier E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 250-9054.

Centro de Información Científica, CIC: García Moreno N3-151 y Espejo Telef. 228-0267/ 3952300 ext. 15522.

Guayaquil: Av. Carlos Luis Plaza Dañin y calle Francisco Boloña, diagonal al C.C. Policentro – Edificio del Sector Público del Sector Social "Joaquín Gallegos Lara", quinto piso

## **b- Procedimiento para postular una revista a Latindex**



### **PROCEDIMIENTO PARA SOLICITAR EL INGRESO DE UNA REVISTA A LATINDEX**

1. Solicitud dirigida a la máxima autoridad de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
2. Descargar el formulario desde la página web de la SENESCYT, y llenarlo con los datos de la publicación.
3. Anexar un ejemplar de los tres últimos números de la revista.
4. Si se trata de una publicación electrónica, indicar la URL.
5. Toda la documentación deberá ser entregada la oficina principal de la SENESCYT.

Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos.  
Quito-Ecuador

6. Una vez receptada la solicitud junto con la documentación indicada, se procederá a evaluar la revista, de conformidad con los criterios establecidos por el sistema de Latindex.

El informe final de la evaluación dará paso a dos situaciones:

- a) Si se cumplen 25 criterios o más, la revista será incorporada al Catálogo de Latindex.
  - b) Si se cumplen menos de 25 criterios, se darán a conocer las características que no han sido cumplidas, y la revista será incorporada al Directorio de Latindex.
7. En caso de solicitar una reevaluación a su publicación que se encuentra en Directorio o Catálogo debe esperar a que se publiquen tres números a partir del último número evaluado.

En cualquier caso, los resultados y recomendaciones serán comunicados al solicitante de forma física.

Si requiere información adicional, puede contactarse a los siguientes teléfonos: 2280-267 / 3952300 ext. 1522 o a su vez a los correos [vquishpe@senescyt.gob.ec](mailto:vquishpe@senescyt.gob.ec), [sencalada@senescyt.gob.ec](mailto:sencalada@senescyt.gob.ec) ó [cic@senescyt.gob.ec](mailto:cic@senescyt.gob.ec)



## BIBLIOGRAFÍA

- Abad Correa, Mónica. *Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012*. Internet. <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5506/1/ABAD%20CORREA%20MONICA%20ELIZABETH.pdf> Acceso: 19/02/2016.
- Aguirre Romero, J. M<sup>a</sup>. *Las revistas digitales y la vida académica*. Madrid. Internet. <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/aguirre.htm> Acceso 16/07/2015.
- Armar, V. *La educación en medios digitales de comunicación*. Archivo PDF. <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n36/9.pdf> 2010 Acceso: 29/01/2016.
- Arqués, Neus i Salvador. *Aprender comunicación digital*. Barcelona. Paidós. 2006.
- Calva, J. *Satisfacción de usuarios: La investigación sobre las necesidades de información*. 2009. PDF. Internet [http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/satisfaccion\\_usuarios.pdf](http://132.248.242.3/~publica/archivos/libros/satisfaccion_usuarios.pdf). Acceso 12/01/2016.
- Castañeda Walter, J. *Color*. Manizales - Colombia: Universidad de Caldas. 2005. Internet. [https://books.google.com.ec/books?id=VIWVK1LkDM0C&pg=PA1&lpg=PA1&dq=walter+casta%C3%B1eda+color&source=bl&ots=p\\_MG37NN7J&sig=WgWsq8p3u0TBap9TI8ZChdQZw98&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=walter%20casta%C3%B1eda%20color&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=VIWVK1LkDM0C&pg=PA1&lpg=PA1&dq=walter+casta%C3%B1eda+color&source=bl&ots=p_MG37NN7J&sig=WgWsq8p3u0TBap9TI8ZChdQZw98&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=walter%20casta%C3%B1eda%20color&f=false). Acceso: 20/01/2016.
- Castell Manuel, *La Sociedad Red*. Alianza Editorial, S. A., Madrid, 1997. Internet: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/La\\_sociedad\\_red\\_capitulo\\_2.\\_Castell\\_Manuel.pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/La_sociedad_red_capitulo_2._Castell_Manuel.pdf). Acceso 27/07/2015.
- De Fleur, Melvin L, *Teoría de la comunicación Masiva*, 3ra ed. Buenos Aires. Paidós. 1976.
- dspace.ucuenca.edu.ec. *Directrices para la elaboración de artículos científicos*. Revista MASKANA de la Dirección de Investigación de la Universidad de Cuenca (DIUC). Internet. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21826/1/Directrices%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20art%C3%ADculos%20cient%C3%ADficos.pdf>. Acceso: 29/07/2015.



- Díaz Noci, J. *Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital*. 2008 PDF. Internet <http://es.scribd.com/doc/24654661/Definicion-Teorica-de-Las-Caracteristicas-Del-Ciberperiodismo-Diaz-Noci#scribd>. Acceso 25/07/2015
- Fernández, Fanny. *La Aventura Textual*. Buenos Aires. Editorial Stella. 2003.
- Fernández, Rivera, J. *WAI-ARIA, una aproximación*. Internet. [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/wai\\_aria.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/wai_aria.htm). Acceso: 20/01/2016.
- Fontana, Nancy “*La construcción de identidad en la sociedad actual y las nuevas tecnologías*”. Internet <http://www.buenosaires.gob.ar/generacionba/observatorio/pdf/jovenesynuevasteconologias.pdf>. Acceso: 5 /02/ 2016.
- Gianfranco Bettetini, Fausto Colombo. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona. Ediciones Fabbri. 1995.
- Hartson, R. Human-computerinteraction: Interdisciplinaryroots and trends. TheJournal of Systems and Software 43. 1998. Internet. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjRy\\_y9r-7LAhXD5yYKHTsIAh8QFgggMAA&url=http%3A%2F%2Fresearch.cs.vt.edu%2Fusability%2Fpublications%2FHCI%2520roots%2520and%2520trends%2520\(jss\).pdf&usq=AFQjCNFAK3xHmED0iXd1fFUSTmjMalqy-w&sig2=XLO2H58aentZZ\\_0n0KjXpA](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjRy_y9r-7LAhXD5yYKHTsIAh8QFgggMAA&url=http%3A%2F%2Fresearch.cs.vt.edu%2Fusability%2Fpublications%2FHCI%2520roots%2520and%2520trends%2520(jss).pdf&usq=AFQjCNFAK3xHmED0iXd1fFUSTmjMalqy-w&sig2=XLO2H58aentZZ_0n0KjXpA). Acceso: 19/01/ 2016.
- Heller, E. *Psicología del color*. Barcelona - España: Gustavo Gili. 2004. Internet. <http://diskokosmiko.mx/felipe-millan-b/libros-de-diseno-gratis-18912/psicologia-del-color-de-eva-heller,57326.pdf>. Acceso: 2/01/2016.
- Horst Holzer, Akal. *Sociología de la Comunicación*. Madrid. 1978.
- Iturrieta, Sandra. *Sugerencias para la indexación de revistas de trabajo social como espacios de visibilidad de la productividad académica*. Chile. Internet: <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/pela/pl-000466.pdf>. Acceso, 29/02/2016.
- Lamarca, María Jesús. Hipertexto: *El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Internet <http://www.hipertexto.info/documentos/hipertexto.htm> Acceso: 07/07/2015.
- López Ornelas, M y Graciela Cordero, A. *Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas*. Ensenada, 2009. Internet <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>. Acceso 15/09/2015.



- Ludewig, C. *UNIVERSO Y MUESTRA*. Archivo PDF. <http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>. Acceso: 18/11/2015
- Lallana García, F. *El Concepto de Hipertexto en el Periodismo Digital: Análisis de la Aplicación del Hipertexto en la Estructuración de las Noticias de las Ediciones Digitales de Tres Periódicos Españoles*. Madrid, 2005. Internet. <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26795.pdf>. Acceso 15/07/ 2015.
- Martín González, J. C y Merlo Vega, J. A. *Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de comunicación*. 2003. Internet. <http://revistas.um.es/index.php/analesdoc/article/view/1971>. Acceso 16/07/2015.
- Manovich, L. *El lenguaje de los Nuevos Medios*. Internet. <http://benavidesdiego.com/clases/Articulos/Manovich/QueEsNuevosmediosM.pdf>. Acceso 18/11/ 2015.
- Mora F. Jorge. *La Interfaz hipermedia: el paradigma de la Comunicación Interactiva*. Madrid. 2009.
- Orense Fuentes, M. y Rojas Orduña, O. *Seo Cómo triunfar en buscadores*. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC. 2008. Internet. <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=rJ0bIFsEcjcC&oi=fnd&pg=PA15&dq=fuente+Script+en+p%C3%A1ginas+web&ots=b3XRr2h27f&sig=irdmXBN--hlfwZwlH160d1rQmFE#v=onepage&q&f=false>. Acceso: 20/02/2016.
- Otero Bello, Edison. “*Teorías de la comunicación*”. Internet. <http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=gcs2FaSa20gC&oi=fnd&pg=PA11&dq=teoria+de+la+comunicacion+de+masa,+lazarfeld&ots=POpKnlrTPH&sig=-z8bOjedeF78TLFSPB7VbagOtrw#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20comunicacion%20de%20masa%2C%20lazarfeld&f=false> Acceso: 18/12/2015.
- Plomo, B. *Periodistas 3.0: de plumillas a activos Ciudadanos digitales*. Málaga, 2006. Internet. [http://fama2.us.es/fco/digicomu/37\\_3.pdf](http://fama2.us.es/fco/digicomu/37_3.pdf). Acceso: 3/12/2015.
- Pindado, Julián. El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga. Internet. <http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/16276978.pdf> Acceso: 20/12/2015.
- Revista.unam.mx. *Manual del sistema Open JournalSystem para autores*. Archivo PDF. [http://www.revista.unam.mx/Manual\\_OJS\\_autor.pdf](http://www.revista.unam.mx/Manual_OJS_autor.pdf). Acceso: 29/07/2015.



- Revista, Questiones Publicitarias. *Política de Calidad*<http://www.maecei.es/questiones.html>. Acceso, 04/08/2015.
- Rocano O, Milton. *Creación y mantenimiento de la Revista Digital “El Cartel Azuayo” de los deportistas élite del Azuay*. Cuenca - Ecuador, 2011. Internet. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1815/1/tc229.pdf>. Acceso 18 Marzo 2016.
- Rojas Alexandra y Rivera Sandra. *Guía de buenas prácticas para revistas académicas de Acceso Abierto*. ONG. *Derechos digitales*. 2011. Internet: <http://www.latindex.org/documentos/descargas/Manual-Buenas Practica Revistas Academicas.pdf>. Acceso 18/07/2015.
- Romaine, Suzanne. *El lenguaje en la sociedad*. Barcelona. Ediciones Ariel, 1996.
- Sáenz-Badillos. *El hebreo y las lenguas semíticas en la obra de Hervás y Panduro*. 2004. Internet <http://www.ugr.es/~estsemi/miscelanea/meah53/SAENZ-BADILLOS.pdf>. Acceso 25/01/2016.
- Scolari, Carlos A. *Narrativas Transmedia*. España. Centro Libros PAPF, S.L.U., 2013.
- Tadashi, Yanai. “*Lenguaje y sociedad de la teoría variacionista de William Labov*”. Internet.[http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:OKRb5pnS6AIJ:scholar.google.com/+variacionismo+william+labov.+&hl=es&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:OKRb5pnS6AIJ:scholar.google.com/+variacionismo+william+labov.+&hl=es&as_sdt=0,5), Acceso: 5/12/2015
- Valero Muñoz, A. *Principios de color y holopintura*. Alicante - España: Editorial Club Universitario. Internet. [https://books.google.com.ec/books?id=CXqrBAAQBAJ&pg=PA201&dq=colores+azul&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwigtbHH6s\\_LAhWOsh4KHV3oAeY4ChDoAQhGMAY#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=CXqrBAAQBAJ&pg=PA201&dq=colores+azul&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwigtbHH6s_LAhWOsh4KHV3oAeY4ChDoAQhGMAY#v=onepage&q&f=false). 2011. Acceso: 20/01/2016.
- Villavicencio, Manuel. *Escribir en la Universidad*. Cuenca. Servigraf, 2011.
- Yerro Belmonte, Mariano. *Información y comunicación en la sociedad actual*. Barcelona. Ediciones Dopesa, 1970.
- Yusef, H. y Francisco, J. Martín, F y Ghzala, I. *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información*. Internet. <http://eprints.rclis.org/8998/1/Dise%C3%B1o%20Web%20Centrado%20en%20el%20Usuario%20Usabilidad%20y%20Arquitectura%20de%20la%20Informaci%C3%B3n.pdf>. Acceso: 19/02/ 2016.